

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI



DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERİN BELİRLEYİCİLERİ
OLARAK DİJİTAL VATANDAŞLIK VE DİJİTAL
YETERLİLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

İLETİŞİM BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

İlayda UZUN

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Hasan TUTAR

BOLU, OCAK – 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

İlayda UZUN tarafından hazırlanan “DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERİN BELİRLEYİCİLERİ OLARAK DİJİTAL VATANDAŞLIK VE DİJİTAL YETERLİLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME” adlı tez çalışması jürimiz tarafından İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı İletişim Bilimleri Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.
03/01/2025

Jüri Üyeleri

Danışman

Prof. Dr. Hasan TUTAR
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

İmza

.....

Üye

Doç. Dr. Hakan Tahiri MUTLU
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Selçuk NAM
Sakarya Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir
aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını
kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2022/368 sayısı ile etik izin alınmıştır.

İlayda UZUN

ÖZET

DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERİN BELİRLEYİCİLERİ OLARAK DİJİTAL VATANDAŞLIK VE DİJİTAL YETERLİLİK İLİŞKİSİ

ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İLAYDA UZUN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. HASAN TUTAR)

BOLU, OCAK - 2025

X + 109 sayfa

Dijital teknolojilerin ve çevrimiçi platformların sorumlu ve etik bir şekilde kullanılmasını ifade eden dijital vatandaşlık, bireylerin dijital dünyada etkin bir şekilde gezinmelerini ve etkileşimde bulunmalarını sağlayan bir dizi beceri, bilgi ve tutumu kapsar. Dijital vatandaşlık, başkalarının haklarına ve mahremiyetine saygı göstermeyi, çevrim içi güvenlik ve emniyet tedbirlerini uygulamayı ve olumlu çevrim içi etkileşimleri teşvik etmeyi gerektirir. Belli bir amaç için dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanma becerisi anlamına gelen dijital yeterlilik, teknik beceriler, bilgi okuryazarlığı, eleştirel düşünme ve problem çözme yeteneklerinin bir kombinasyonunu içerir.

Dijital halkla ilişkiler alanında dijital yeterlilik, profesyonellerin dijital platform ve araçlardan etkili bir şekilde yararlanabilmesi için büyük önem taşımaktadır. Bu, sosyal medya yönetimi, içerik oluşturma, veri analizi, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve dijital analitiği anlama gibi becerileri kapsamaktadır. Dijital teknolojilerin etkin kullanımı sayesinde halkla ilişkiler uygulayıcıları dijital yeterliliklerini geliştirerek hedef kitlelerle etkileşime geçebilir, çevrimiçi konuşmaları izleyebilir, kampanya etkinliğini ölçebilir ve iletişim hedeflerini karşılamak için stratejiler geliştirebilirler.

Bu tezde dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve bunların dijital halkla ilişkiler üzerindeki etkisi arasındaki ilişki fark, ilişki ve etki testleri yapılarak elde edilen bulgular yorumlanarak raporlaştırılmıştır. Araştırma bulguları, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarının demografik değişkenlere göre önemli ölçüde farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Dijital yeterlilik düzeyinin dijital vatandaşlık algısı üzerinde ise belirleyici bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELE: Dijital Vatandaşlık, Dijital Yeterlilik, Dijital Halkla İlişkiler

ABSTRACT

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITAL CITIZENSHIP AND DIGITAL COMPETENCE AS DETERMINANTS OF DIGITAL PUBLIC RELATIONS

MASTER THESIS

İLAYDA UZUN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF COMMUNICATION

(SUPERVISOR: PROF. DR. HASAN TUTAR)

BOLU, JANUARY 2025

X + 109 pages

Digital citizenship, which refers to the responsible and ethical use of digital technologies and online platforms, encompasses a set of skills, knowledge and attitudes that enable individuals to navigate and interact effectively in the digital world. Digital citizenship requires respecting the rights and privacy of others, practicing online safety and security measures, and promoting positive online interactions. Digital competence, which refers to the ability to use digital technologies effectively for a specific purpose, involves a combination of technical skills, information literacy, critical thinking and problem solving.

In the field of digital public relations, digital literacy is essential for professionals to be able to use digital platforms and tools effectively. This includes skills such as social media management, content creation, data analysis, search engine optimisation (SEO) and understanding digital analytics. Through the effective use of digital technologies, PR practitioners can develop their digital skills to engage with target audiences, monitor online conversations, measure campaign effectiveness and develop strategies to achieve communication objectives.

This thesis analyses the relationship between digital citizenship and digital literacy. Using quantitative research methods, the relationship between digital citizenship, digital competence and their impact on digital public relations was tested for difference, relationship and impact, and the findings were interpreted and reported. The research findings revealed that perceptions of digital competence and digital citizenship differ significantly according to demographic variables. It was found that the level of digital literacy does not have a determining effect on the perception of digital citizenship.

KEYWORDS: Digital Citizenship, Digital Competence, Digital Public Relations

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
TABLO LİSTESİ	ix
TEŞEKKÜR	x
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Arka Plan ve Bağlam.....	1
1.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	3
1.3 Araştırmanın Varsayımları	4
1.4 Araştırmanın Problem Durumu	6
1.5 Halkla İlişkiler Kavramı	8
1.6 Dijital Halkla İlişkiler.....	11
1.6.1 Dijital Halkla İlişkiler Araçları	12
1.7 Dijital Halkla İlişkilerde Kullanılan Strateji ve Taktikler	14
1.8 Dijital Halkla İlişkilerin Temel Dinamikleri	16
1.9 Dijital Teknoloji Halkla İlişkileri Nasıl Dönüştürdü?	18
1.10 Dijital Halkla İlişkiler ve İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli.....	21
1.11 Dijital Halkla İlişkiler ve Çevrim İçi İtibar Yönetimi	24
1.12 Kamuoyu Algısını Şekillendirmede Dijital Platformların Önemi	26
1.13 Kitle Segmentasyonu ve Hedefleme	27
1.14 Dijital Halkla İlişkiler Etkinliğini Ölçmek ve Değerlendirmek.....	30
1.15 Dijital Vatandaşlık	31
1.15.1 Dijital Vatandaşlığın Tanımı ve Kavramsallaştırması	32
1.15.2 Dijital Vatandaşlığın Bir Kavram Olarak Ortaya Çıkışı.....	33
1.15.3 Dijital Vatandaşlığın Boyutları	33
1.15.4 Dijital Vatandaşlığın Önemi	35
1.15.5 Dijital Okuryazarlık ve Beceriler.....	41
1.15.6 Dijital Dünyaya Uygulanan Vatandaşlık Teorileri	43
1.16 Dijital Yeterlilik.....	45
1.16.1 Dijital Yeterliliğin Tanımı ve Kavramsallaştırılması	47
1.16.2 Dijital Yeterliliğin Boyutları.....	49
1.16.3 Bilgi Okuryazarlığı	51
1.17 Dijital Yeterlilik: Modeller ve Bileşenler	51
1.18 Beceri Edinimi ve Uzmanlığa İlişkin Psikolojik Teoriler	55
1.19 Dijital Vatandaşlık ve Dijital Yeterlilik İlişkisi.....	57
2. MATERYAL ve YÖNTEM.....	60
2.1 Araştırma Deseni	60
2.1.1 Örnekleme ve Katılımcılar.....	60
2.1.2 Veri Toplama ve Analiz Süreci.....	61

2.2 Araştırmanın Örneklemi	61
3. BULGULAR	63
3.1 Betimsel Analizler	63
3.2 Normallik Analizi	65
3.3 Güvenirlilik Analizi	66
3.4 Fark Testleri.....	67
3.5 Korelasyon Analizi	84
3.6 Regresyon Analizi	86
4.TARTIŞMA	88
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	94
KAYNAKLAR	98
EKLER.....	106



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1 Bilgi İşlem Teknolojileri Okuryazarlığı (Ala-Mutka, 2011). 51



TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1. Dijital yeterlilik ve dijital okuryazarlık karşılaştırması (Gallardo-Echenique vd., 2015).....	48
Tablo 1.2. Dijital yeterlilik çerçeveleri (Reisoğlu ve Çebi, 2020; Süzer, 2022).	53
Tablo 1.3. Dijital yeterlilik çerçevelerinin karşılaştırılması (Zhao vd., 2021).	54
Tablo 3.1. Betimsel analizler	63
Tablo 3.2. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların normallik analizi	65
Tablo 3.3. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların güvenirlik analizi	66
Tablo 3.4. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşanılan şehre göre karşılaştırılması.....	67
Tablo 3.5. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması	68
Tablo 3.6. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması, Post-Hoc	68
Tablo 3.7. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	70
Tablo 3.8. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması	70
Tablo 3.9. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması, Post-Hoc	71
Tablo 3.10. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması.....	72
Tablo 3.11. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması, Post-Hoc.....	72
Tablo 3.12. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırılması	74
Tablo 3.13. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının yaşanılan şehre göre karşılaştırılması	75
Tablo 3.14. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması	76
Tablo 3.15. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	77
Tablo 3.16. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması	79
Tablo 3.17. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması, Post-Hoc.....	80
Tablo 3.18. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması	81
Tablo 3.19. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırılması...	82
Tablo 3.20. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların korelasyon analizi	84
Tablo 3.21. Çalışmada kullanılan ölçeklerin regresyon analizi.....	86

TEŞEKKÜR

Tez sürecimin her aşamasında desteğini eksik etmeyen, bana yol gösteren, değer katan, engin bilgileriyle yolumu aydınlatan tez danışmanım Prof. Dr. Hasan TUTAR'a benimle paylaştığı kıymetli vakti, gösterdiği hoşgörü ve öğrettiği her şey için sonsuz teşekkürler.

Bana, hayata bambaşka pencerelerden bakmayı öğretene, geleceğe dair umut filizleri yeşerten saygıdeğer hocam Tanfer DİNLER'e çok teşekkür ederim.

Lisans öğrenimimden bu yana çalışma tarzı ve bilgi birikimi ile bana örnek olan, desteğini esirgemeyen kıymetli hocam Doç. Dr. Mehmet SOLAK'a teşekkür ederim.

Hayatımın her aşamasında olduğu gibi bu süreçte de maddi ve manevi destekleri ile hep yanımda olan, varlıkları ile bana güç veren, başta biricik annem Serap UZUN ve kıymetli babam Mutlu UZUN olmak üzere tüm aileme teşekkür ederim. Hakkınız ödenmez, iyi ki varsınız...

Son olarak yanımda olan ve beni motive eden tüm hocalarıma, sevdiklerime, dostlarıma teşekkürler.

Bu çalışma 122G157 numaralı TÜBİTAK projesi desteği ile yapılmıştır.

1. GİRİŞ

1.1 Arka Plan ve Bağlam

Dijital ortam gelişmeye devam ettikçe dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik halkla ilişkiler alanında giderek daha önemli hale gelmiştir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital vatandaşlık, dijital bilgiye erişme, değerlendirme ve etkili bir şekilde kullanma becerisi de dahil olmak üzere dijital teknolojilerin sorumlu ve etik kullanımını ifade eder (Ribble, 2015). Dijital yeterlilik ise dijital teknolojileri yetkin bir şekilde kullanmak için gerekli beceri, bilgi ve tutumları içerir (Ferrari, 2013). Dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlüdür. Dijital vatandaşlık, çevrimiçi güvenlik, dijital görgü kuralları ve dijital haklar ve sorumluluklar da dahil olmak üzere daha geniş bir beceri ve davranışlar kümesini kapsar (Ribble, 2015). Dijital yeterlilik ise daha spesifik olarak dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanmak için gereken teknik beceri ve bilgilere odaklanır (Ferrari, 2013). Bu iki kavram birbiriyle yakından ilişkilidir çünkü dijital yeterlilik dijital vatandaşlığın gelişimini mümkün kılabilir ve destekleyebilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Halkla ilişkiler bağlamında, paydaşlarla etkili iletişim ve etkileşim için dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik şarttır (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Halkla ilişkiler profesyonellerinin dijital ortamda gezinebilmeleri, dijital araçları ve platformları etkili bir şekilde kullanabilmeleri ve hedef kitleleriyle sorumlu ve etik bir şekilde etkileşim kurabilmeleri gerekir (Bowen, 2013). Ayrıca, dijital verileri analiz etme ve yorumlama, dijital eğilimleri ve davranışları anlama ve etkili dijital stratejiler geliştirme ve uygulama becerilerine ve bilgisine sahip olmalıdırlar (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişki hem teori hem de uygulama açısından önemli çıkarımlara sahiptir. Bu ilişkiyi anlayarak, halkla ilişkiler uzmanları daha etkili ve etik dijital stratejiler geliştirebilir ve kuruluşlar çalışanlarını dijital ortamda gezinmeye daha iyi hazırlayabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Ayrıca bu araştırma, dijital teknolojilerin halkla ilişkiler pratiğini şekillendirmedeki rolünün ve dijital vatandaşlık ve dijital yetkinliğin alanı nasıl etkileyebileceğinin daha geniş bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunabilir.

Dijital vatandaşlık, kuruluşlar ve profesyoneller karmaşık dijital ortamda gezinirken halkla ilişkiler alanında giderek daha önemli hale gelmektedir. Dijital teknolojilerin sorumlu ve etik kullanımı, paydaşlarla güven, güvenilirlik ve olumlu ilişkiler kurmak için gereklidir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital vatandaşlar çevrimiçi bilgileri eleştirel bir şekilde değerlendirebilir, dijital topluluklara katılabilir ve başkalarıyla saygılı ve etik bir şekilde etkileşim kurabilir (Ribble, 2015). Bu beceriler, çevrimiçi itibar yönetimi, sosyal medya katılımı ve dijital kriz iletişimi gibi konularda yol göstermesi gereken halkla ilişkiler uzmanları için çok önemlidir.

Dijital yeterlilik ise dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanmak için gereken teknik beceri ve bilgiyi ifade eder (Ferrari, 2013). Halkla ilişkiler bağlamında dijital yeterlilik, profesyonellerin paydaşlarla iletişim kurmak, veri toplamak, analiz etmek, etkili dijital stratejiler geliştirmek ve uygulamak için dijital araçlardan ve platformlardan yararlanmasını sağlar (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu, sosyal medya yönetimi, veri analizi, içerik oluşturma ve dijital kampanya planlama gibi becerileri içerir.

Dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik farklı kavramlar olmakla birlikte, halkla ilişkiler alanında birbirleriyle yakından ilişkilidir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanmak için gereken teknik beceri ve bilgiler, sorumlu ve etik çevrimiçi davranışları da destekleyebileceğinden, dijital yeterlilik dijital vatandaşlığın gelişmesini sağlayabilir. Diğer yandan, halkla ilişkiler uzmanları dijital stratejilerinin ve faaliyetlerinin etik sonuçlarını göz önünde bulundurmak zorunda olduğundan, dijital vatandaşlık dijital yeterliliğin uygulanma biçimlerini etkileyebilir.

Dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi anlamak hem teori hem de uygulama için önemli çıkarımlara sahiptir. Teorik açıdan bakıldığında bu araştırma, dijital teknolojilerin halkla ilişkiler pratiğini şekillendirmedeki rolünü ve bireysel ve kurumsal faktörlerin dijital iletişim ve katılımı nasıl etkilediğini anlamamıza katkıda bulunabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Pratik açıdan bakıldığında, bu bilgi halkla ilişkiler profesyonellerinin ve kuruluşlarının daha etkili ve etik dijital stratejiler geliştirmelerine ve iş güçlerini dijital ortamda gezinmeye daha iyi hazırlamalarına yardımcı olabilir. Genel olarak, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişki, halkla ilişkiler alanında daha fazla araştırılması gereken karmaşık ve çok

yönlü bir konudur. Araştırmacılar ve uygulayıcılar bu ilişkiyi anlayarak daha sorumlu ve etkili dijital halkla ilişkiler stratejilerinin geliştirilmesine katkıda bulunabilirler.

1.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi keşfetmektir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital ortam gelişmeye devam ettikçe, halkla ilişkiler uzmanları paydaşlarla iletişim ve etkileşim için dijital teknolojilerde etkin bir şekilde gezinmek ve bunlardan yararlanmak için gerekli becerilere, bilgiye ve etik davranışlara sahip olmalıdır (Bowen, 2013). Bu araştırmanın önemi, dijital teknolojilerin halkla ilişkiler alanındaki rolünün hem teorik hem de pratik olarak anlaşılmasına katkıda bulunma potansiyelinde yatmaktadır.

Teorik bir perspektiften bakıldığında bu araştırma, halkla ilişkiler alanında dijital teknolojilerin rolü üzerine süregelen akademik söyleme katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Çalışma, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki etkileşimi keşfederek, dijital iletişimi ve katılımı şekillendiren ve etkileyen karmaşık faktörlere ilişkin anlayışımızı genişletmeye yardımcı olabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu bilgi, dijital teknolojilerin ve bireysel/kurumsal dijital yeteneklerin paydaşların tanımlanmasını, analizini ve katılımını nasıl etkileyebileceğine dair içgörüler sağlayarak, halkların durumsal teorisi (Grunig, 1997) ve firmanın paydaş teorisi (Freeman, 1984) gibi mevcut halkla ilişkiler teorilerini bilgilendirebilir ve geliştirebilir. Ayrıca araştırma, halkla ilişkilerin dijital dönüşümünü anlamak için yeni teorik çerçeveler ve modeller geliştirilmesine yardımcı olabilir. Örneğin bulgular, alanda dijital teknolojilerin kullanımıyla ilişkili zorlukların, fırsatların ve en iyi uygulamaların daha kapsamlı ve incelikli bir şekilde anlaşılmasını sağlayabilecek bir "dijital halkla ilişkiler" teorisinin ortaya çıkmasına katkıda bulunabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Pratik açıdan bakıldığında bu araştırma, etkili ve etik dijital stratejiler geliştirmek ve uygulamak isteyen halkla ilişkiler profesyonelleri ve kuruluşları için değerli bilgiler sağlayabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Uygulayıcılar, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi anlayarak, işgüçlerinin dijital yeteneklerini ve eğitim ihtiyaçlarını daha iyi değerlendirip ele alabilir ve daha hedefli ve etkili dijital iletişim ve katılım girişimleri geliştirebilirler. Ayrıca bu

araştırma, dijital teknolojilerin toplumsal ve örgütsel dinamikleri şekillendirmedeki rolüne ilişkin daha geniş tartışmalara katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik, etkili iletişim ve katılım için giderek daha kritik hale geldikçe, bu kavramlar arasındaki etkileşimi anlamak, bireylerin, kuruluşların ve toplulukların dijital ortamda gezinme yolları üzerinde geniş kapsamlı etkilere sahip olabilir (Bowen, 2013). Genel olarak, bu araştırmanın amacı ve önemi, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişki ve bunların dijital halkla ilişkiler alanı üzerindeki kolektif etkisi hakkındaki teorik ve pratik anlayışımızı ilerletme kabiliyetinde yatmaktadır.

Teorik ve pratik çıkarımların ötesinde bu araştırma, dijital teknolojilerin toplumsal ve örgütsel dinamikleri şekillendirmedeki rolüne ilişkin daha geniş tartışmalara da katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik etkili iletişim ve katılım için giderek daha kritik hale geldikçe, aralarındaki ilişkiyi anlamak bireylerin, kuruluşların ve toplulukların dijital ortamda gezinme biçimleri üzerinde geniş kapsamlı etkilere sahip olabilir (Bowen, 2013). Örneğin, bulgular dijital uçurum ve dijital teknolojilere eşit erişim ve kullanımın yanı sıra dijital vatandaşlık ve yeterliliğin sosyal, ekonomik ve siyasi katılımı nasıl etkileyebileceğine dair içgörüler sağlayabilir. Ayrıca araştırma, dijital etik, mahremiyet ve güvenlik ile sorumlu ve etik dijital uygulamaların dijital kamusal alanı nasıl şekillendirebileceği konularında süregelen tartışmalara da katkıda bulunabilir. Bu araştırmanın amacı ve önemi, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiye ve bunların dijital halkla ilişkiler alanı üzerindeki kolektif etkisine dair teorik ve pratik anlayışımızı geliştirme kabiliyetinde yatmaktadır. Bu ilişkiyi keşfederek, çalışma daha etkili, etik ve etkili dijital iletişim stratejilerini bilgilendirebilir ve dijital çağda halkla ilişkiler mesleğinin devam eden dönüşümüne katkıda bulunabilir.

1.3 Araştırmanın Varsayımları

Dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ile dijital yeterlilik arasındaki ilişkiye dair araştırmayı yürütürken aşağıdaki temel varsayımlarda bulunmaktadır:

Halkla ilişkiler profesyonelleri ve kuruluşları tarafından sergilenen dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik düzeyi, dijital kanallar aracılığıyla paydaşlarla etkili bir şekilde etkileşim kurma yetenekleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir

(Bowen, 2013). Bu varsayım, dijital iletişim ve katılımın yalnızca teknolojik yeterliliği değil, aynı zamanda güçlü bir dijital etik anlayışını ve sorumlu dijital uygulamaları gerektirdiği önermesine dayanmaktadır.

Dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlüdür ve çeşitli bireysel, organizasyonel ve bağlamsal faktörlerden etkilenebilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu faktörler, demografik özellikleri, organizasyon kültürünü, sektör normlarını ve teknolojik gelişmeleri içerebilir ancak bunlarla sınırlı değildir.

Halkla ilişkiler uzmanları ve kuruluşları, ekipleri ve organizasyon yapıları içinde dijital vatandaşlığı ve dijital yeterliliği geliştirerek dijital iletişim ve katılım stratejilerini geliştirebilirler (Bowen, 2013). Bu varsayım, bu yeteneklerin geliştirilmesine yatırım yapmanın dijital halkla ilişkiler çabalarının etkinliğini, verimliliğini ve etik etkisini artırabileceği fikrine dayanmaktadır.

Bu araştırmanın bulguları, örneklem temsili olduğu ve çalışma tasarımı potansiyel bağlamsal faktörleri hesaba kattığı sürece, daha geniş bir halkla ilişkiler uzmanları ve kuruluşları popülasyonuna genellenebilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu varsayım, araştırma bulgularının dış geçerliliğini ve uygulanabilirliğini sağlamak açısından kritik öneme sahiptir.

Araştırma, bu varsayımları açıkça belirterek, çalışma için net bir temel oluşturabilir, potansiyel sınırlamaları veya önyargıları kabul edebilir ve bulguların yorumlanması ve bağlamsallaştırılması için şeffaf bir çerçeve sağlayabilir (Creswell ve Creswell, 2018).

Yapılan araştırmada aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

H1a: Katılımcıların dijital yeterlilik düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H1b: Katılımcıların dijital vatandaşlık düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H2: Katılımcıların dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasında anlamlı ilişki vardır.

H3: Katılımcıların dijital vatandaşlık algı alt boyutları ile dijital yeterlilik algıları alt boyutları arasında anlamlı ilişki vardır.

H4: Katılımcıların dijital vatandaşlık algıları dijital yeterlilik algılarını etkilemektedir.

1.4 Araştırmanın Problem Durumu

Dijital teknolojilerdeki hızlı gelişmeler halkla ilişkiler alanını dönüştürmüş ve dijital halkla ilişkiler uygulamalarının giderek daha fazla ön plana çıkmasına neden olmuştur (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bununla birlikte, dijital araçların ve platformların halkla ilişkiler amacıyla etkili ve sorumlu bir şekilde kullanılması, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin bir kombinasyonunu gerektirmektedir (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008). Dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin halkla ilişkiler alanındaki önemi bilinmesine rağmen, bu iki yapı arasındaki ilişkiyi ve bunların dijital halkla ilişkiler uygulamaları üzerindeki etkisini sistematik olarak inceleyen araştırma sayısı oldukça azdır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Mevcut çalışmalar, bu faktörler arasındaki etkileşimi ve dijital halkla ilişkiler üzerindeki kolektif etkilerini araştırmadan, öncelikle dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin bireysel bileşenlerine odaklanmıştır (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008).

Halkla ilişkiler profesyonelleri ve kuruluşları gelişen dijital ortama uyum sağlamaya ve dijital iletişim ve katılım stratejilerini optimize etmeye çalışırken literatürdeki bu boşluk önemli bir zorluk teşkil etmektedir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişki kapsamlı bir şekilde anlaşılmadan, uygulayıcılar etkili, verimli ve etik dijital halkla ilişkiler uygulamaları geliştirmekte ve uygulamakta zorlanabilir (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008). Bu kritik araştırma boşluğunu ele almak için, bu çalışma dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamaktadır. Bu yapılar arasındaki etkileşimi ve dijital halkla ilişkiler uygulamaları üzerindeki kolektif etkilerini keşfederek, bu araştırma daha etkili ve sorumlu dijital halkla ilişkiler stratejilerinin geliştirilmesini sağlayabilecek değerli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Problem cümlesinde, önerilen çalışmanın ele almayı amaçladığı temel konular ve mevcut literatürdeki boşluklar özetlenmektedir. Ana noktalar aşağıdaki şekilde detaylandırılabilir:

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi halkla ilişkiler alanını önemli ölçüde dönüştürmüş ve dijital halkla ilişkiler uygulamalarının giderek daha fazla öne çıkmasına yol açmıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu değişim, halkla ilişkiler profesyonelleri ve kuruluşları için paydaşlarıyla dijital kanallar aracılığıyla etkili ve sorumlu bir şekilde etkileşim kurma konusunda hem fırsatlar

hem de zorluklar yaratmıştır (Du vd.DU, 2010). Etkili ve sorumlu dijital halkla ilişkiler, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin bir kombinasyonunu gerektirir (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008).

Halkla ilişkilerde dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin önemi bilinmesine rağmen, bu iki yapı arasındaki ilişkiyi ve dijital halkla ilişkiler üzerindeki kolektif etkilerini sistematik olarak inceleyen araştırma sayısı oldukça azdır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Mevcut çalışmalar, öncelikle dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin bireysel bileşenlerine odaklanmış, bunların dijital halkla ilişkiler üzerindeki karşılıklı etkileşimini ve kolektif etkisini araştırmamıştır. Literatürdeki bu boşluk, gelişen dijital ortama uyum sağlamaya ve dijital iletişim ve katılım stratejilerini optimize etmeye çalışan halkla ilişkiler profesyonelleri ve kuruluşları için önemli bir zorluk teşkil etmektedir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişki kapsamlı bir şekilde anlaşılmadan, uygulayıcılar etkili, verimli ve etik dijital halkla ilişkiler uygulamaları geliştirmekte ve uygulamakta zorlanabilir (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008). Bu kritik araştırma boşluğunu ele almak için, bu çalışma dijital halkla ilişkilerin belirleyicileri olarak dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamaktadır. Bu yapılar arasındaki etkileşimi ve dijital halkla ilişkiler uygulamaları üzerindeki kolektif etkilerini keşfederek, araştırma daha etkili ve sorumlu dijital halkla ilişkiler stratejilerinin geliştirilmesini sağlayabilecek değerli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Problem cümlesi, araştırma konusunun önemini ve literatürdeki bilgi boşluklarını doldurma ihtiyacını vurgulayarak çalışmaya zemin hazırlamaktadır. Bu, araştırmanın gerekçelendirilmesine yardımcı olacak ve çalışmanın hedeflerinin ve bulgularının halkla ilişkiler alanıyla ilgili ve etkili olmasını sağlayacaktır.

1.5 Halkla İlişkiler Kavramı

Literatürde halkla ilişkiler kavramına dair farklı tanımlara rastlamak mümkündür. Rex Harlow 1976 yılında yayınladığı Building a Public Relations Definition makalesinde halkla ilişkiler kavramını 65 uzmandan edindiği 472 farklı halkla ilişkiler tanımı üzerinde çalışarak kavramsallaştırmaya yönelik kapsamlı bir adım atmıştır. Bu tanımlardan vardığı sonuca göre kısaca halkla ilişkiler, *“Halkla ilişkiler, bir işletme ile hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve iş birliğini sağlamaya ve sürdürmeye yardımcı bir yönetim fonksiyonudur.”* (Harlow, 1976). 1976’daki halkla ilişkiler tanımının ardından 1978’de Mexico City’de Halkla İlişkiler Derneklerinin toplantısında uzlaşılan tanıma göre ise; *“Halkla ilişkiler, kurum yöneticilerinin programlarını uygulayabilmek hem kurum hem de halka hizmet verebilmek için eğilimleri, istekleri analiz etmek ve sonuçlarını tahmin etmeye yönelik sosyal bilim ve sanattır.”* (Canpolat, 2012).

Amerika Halkla İlişkiler Derneği’nin (PRSA) tanımına göre, *“Halkla ilişkiler, kuruluşlar ve hedef kitleleri arasında karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler kuran stratejik bir iletişim sürecidir.”* (PRSA, 2024)

Amerika Halkla İlişkiler Derneği web sayfasında yer alan farklı bir ifade şu şekildedir; *“Halkla ilişkiler özünde, bir kuruluşun kamuoyu algısını şekillendirmek ve çerçevelemek için çeşitli platformlarda kilit paydaşları etkilemek, etkileşime geçirmek ve onlarla ilişkiler kurmakla ilgilidir.”* Halkla ilişkiler ayrıca aşağıdakileri de kapsar:

- Kurumun operasyonları ve planları üzerinde iyi ya da kötü etkisi olabilecek kamuoyu, tutum ve konuları öngörmek, analiz etmek ve yorumlamak.
- Politika kararları, eylem planları ve kriz iletişimleri de dahil olmak üzere iletişimlerle ilgili olarak, bunların kamusal sonuçlarını ve kuruluşun sosyal veya vatandaşlık sorumluluklarını dikkate alarak kuruluşun her düzeyinde danışmanlık yönetimi.
- Kuruluşun itibarını korumak.
- Kuruluşun amaçlarının başarısı için gerekli olan bilgilendirilmiş kamuoyu anlayışını sağlamak amacıyla eylem programlarını ve iletişimleri sürekli olarak araştırmak, yürütmek ve değerlendirmek. Bunlar pazarlamayı içerebilir; parasal bağış, çalışan, topluluk veya hükümet ilişkileri ve diğer programlar.

- Kuruluşun kamu politikasını etkileme veya değiştirme çabalarını planlamak ve uygulamak.

- Hedeflerin belirlenmesi, planlama, bütçeleme, personelin işe alınması ve eğitilmesi, tesislerin geliştirilmesi kısacası yukarıdakilerin tümünün gerçekleştirilmesi için gereken kaynakların yönetilmesi.

- Müşteri katılımını artırmak ve potansiyel müşteriler oluşturmak için içerik oluşturulmasını denetlemek (PRSA, 2024)

Bu tanımlardan hareketle, halkla ilişkiler kavramında ortak ögeler; kurum ve kuruluşlarda iletişimin düzen ve istikrarla yürütülmesi, kurum içi ve dışı tanıtım, kurum kültürünün oluşması, kurum ve hedef kitle arasındaki yürütülen politikaların alıcı üzerindeki etkisinin saptanması, amaç ve politikaların şekillenmesinde yönetime fayda sağlaması, kurum ve hedef kitle arasında çift yönlü iletişim sağlaması şeklinde açıklanabilir (Temel Eğinli, 2014).

- Halkla İlişkiler Kurumlara Özgü Bir Faaliyettir: Halkla ilişkiler özel kişileri değil kurum ve kuruluş organizasyonlarını kapsayan planlı iletişim çalışmalarıdır. Kurum içi takım oluşturma ve aidiyet hissi sağlamayı hedefler. Böylelikle artan çalışan memnuniyeti ile içerideki halkla ilişkiler faaliyetlerinin sağlıklı sürdürülmesi hedef kitle ve paydaşlara da olumlu imaj sunar.

- Karşılıklı İletişim ile Anlayış, Kabul ve İş birliği Oluşturur: Kurum ile çevreleri arasında yürütülen iletişimin istenilen düzeyde olması için karşılıklı anlama ve iş birliği gerekmektedir. Söz konusu iletişimin ikna edici şekilde gerçekleşmesi ve sürdürülmesi için halkla iletişim faaliyetleri gereklidir.

- Halkla İlişkiler Bir Yönetim Fonksiyonudur: Kurum halkla ilişkileri yöneticilerin yetkin birer lider oluşu ile başlar. Kurum çevresi ile sağlıklı iletişim politikalarının yürütülmesi yöneticilerin halkla ilişkiler stratejilerine bağlıdır.

- Halkla İlişkiler Hedef Kitlelere Yönelik Bir Faaliyettir: Kurumun başarısı ya da başarısızlığının belirleyici unsurlarından olan özel ya da tüzel kişilerdir. Burada yine yönetim birimlerinin yürüteceği iletişim stratejileri hedef kitleler üzerinde bırakılacak olumlu intiba ile direkt ilişkilidir (Temel Eğinli, 2014).

Kurumun mümkün olan en iyi şekilde temsil edilebilmesi ve hedef kitleye yönelik etkili iletişim faaliyetlerinin düzenlenmesi ve sürdürülmesi açısından başat aktör olan halkla ilişkiler faaliyetleri beş ana disiplin altında toplanmıştır. Bunlar;

finansal halkla ilişkiler, tüketici halkla ilişkileri, kriz iletişimi, devlet primleri ve iç halkla ilişkiler olarak ifade edilmektedir (IPR, 2012).

Finansal halkla ilişkiler: Mali konuların karmaşıklığı nedeniyle, mali halkla ilişkiler genellikle müşterinin mali konularını sunan bir avukat kadrosunu içerir. Kamuoyunda müşteri hakkında olumlu bir algı yaratacak ve sürdürecektir şekilde. Finansal halkla ilişkiler genel halktan ziyade genellikle medya, hissedarlar, işletmeler ve yatırımcı topluluğu ile iletişim konusunda uzmanlaşmıştır (IPR, 2012).

Tüketici halkla ilişkileri: Bu halkla ilişkiler disiplini, tanıtım yapmak ve onları hedef tüketici kitlesine çekici kılmak amacıyla ürün veya hizmetin sunumunda uzmanlaşmıştır. Her ne kadar tüketici halkla ilişkileri bir bakıma belirli ürün/hizmetlerin tanıtımını yapmaya ve sonrasında satışları artırmaya yardımcı olsa da, pazarlama alanıyla da çok az ortak noktası vardır (IPR, 2012).

Kriz iletişimi: Kriz halkla ilişkiler uzmanlarının hedefi, müşterinin kamuoyundaki imajı ve itibarı açısından en az zarara yol açacak şekilde durumu kontrol altına almaktır. Müşterinin iyi itibarını kaybetmesini önlemek amacıyla hikayenin diğer tarafını anlatmak ve kamuoyunu değiştirmek için mükemmel iletişim becerileri gerektirir (IPR, 2012).

İç halkla ilişkiler: Bu disiplin şirket veya kuruluş içindeki iletişime odaklanmıştır (IPR, 2012).

Devlet halkla ilişkileri: Politika oluşturmayı etkilemek amacıyla devlet organlarıyla ilişki kurma konusunda uzmanlaşmış bir halkla ilişkiler disiplini ifade eder. Kullanılan yöntem ve araçlar arasında lobicilik de yer almaktadır ancak lobicilik belirli bir pozisyon için politikacıların desteğini kazanmak için yeterli değildir (IPR, 2012).

Halkla ilişkilerin tarihi çok eskilere dayanmakla birlikte, halkla ilişkiler uygulamalarının da profesyonel bir yaklaşımla ele alınması 1900'li yılların başıdır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin her aşamasında önemli bir yere sahip olan örgüt ve hedef kitle arasındaki iletişimin biçim ve boyutlarının, zaman içerisinde değişik yaklaşımlar bağlamında ele alındığı görülmektedir. İletişim paradigmasını etkileyen ve dönüştüren dönemsel faktörler, halkla ilişkiler uygulamalarındaki iletişim yaklaşımı üzerinde de etkili olmaktadır. 1900'li yılların başlarında rastlanan halkla ilişkiler faaliyetlerini amacı, iletişim biçimi ve uygulama alanları bakımından dört temel modele ayıran Grunig ve Hunt'a göre; ilk model temel

iletişim biçiminin örgütten hedef kitleye doğru tek yönlü bir bilgi akışının olduğu Basın Ajansı/Tanıtım Modeli'dir. İkinci halkla ilişkiler modeli olan Kamuyu Bilgilendirmede iletişimin amacı bilgi yaymaktır ve yine örgütten kamulara tek yönlüdür. nc modelde iletişim, örgüt ve hedef kitle arasında çift yönlü olmasına rağmen hedef kitleden alınan geri bildirimler, örgüt tarafından tekrar hedef kitleyi etkilemekte kullanılır. İletişimin bu özelliğinden dolayı model İki Yönlü Asimetrik olarak adlandırılmıştır. Halkla ilişkiler faaliyetlerini açıklayan en ideal model olarak bilinen İki Yönlü Simetrik Model'de iletişim biçimi, örgütle hedef kitle arasında iki yönlü bilgi akışı ve etkileşime dayanan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Ertürk, 2016).

1.6 Dijital Halkla İlişkiler

Dijital inovasyonların gelişmesi ve yayılması kurumlar ve hedef kitleler açısından iletişim süreçlerinde önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Halkla ilişkilerin bu değişimlere uyum sağlaması ancak dijital yenilikçi uygulamaların sürece entegre edilmesiyle mümkün olabilmektedir (Kurt ve Kurt, 2017). Yirminci yüzyılın sonlarına doğru artan rekabet ortamı kurumlar ve işletmeler açısından halkla ilişkiler faaliyetlerini zorunlu hale getirmiştir. Bununla birlikte teknolojik alanda yaşanan gelişmelerle halkla ilişkiler kavramına yeni bir boyut eklenerek dijital halkla ilişkiler etkin olarak kullanılmaya başlamıştır ancak dijital halkla ilişkiler uygulamalarının ortaya çıkması ve etkin olarak kullanılması geleneksel halkla ilişkilerin etkinliğini tamamen yitirdiği anlamını taşımaz. (Mert, 2018)

Kurum ya da işletmelerin yaşanan problemler karşısında tepkisiz kalmaları süreci daha çok zorlaştırmaktadır. Tepkisizliğin sonucu olarak olumsuz bilgi yayılması ve yanlış senaryolar üretilmesi gibi kötü durumları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medyada bu gibi durumların çok hızlı şekilde kitlelere iletildiği göz önünde bulundurulduğunda kurum ve işletme imajı üzerinde ciddi etkiler yaratabilmektedir. Dijital halkla ilişkiler kavramı, dinleme, okuma ve izlemeyi gerekli kılmaktadır. Hedef kitlelere sağlıklı bir şekilde ulaşmak adına dijital akımları takip etmenin yanı sıra hız, çeviklik ve etkililik gibi kurallara da dikkat etmek gerekmektedir. Halkla ilişkilerde marka yönetimi, sorun ve kriz yönetimi gibi faaliyetlerin çeşitliliğinin artmasıyla birlikte dijital alana olan ihtiyaç da artmıştır. İnternet ortamları ve dijital iletişim platformları halkla ilişkiler kurallarının bir kısmını değiştirmekte ve kurumu önemseyen hedef kitle ile

ilgilenmektedir. Bu hedef kitle bilinirliği artırmakta, müşteri sadakatini, güvenilirliğini ve çalışanların sürekliliğini sağlamaktadır ve işletmenin veya kurumun önemli ticari hedeflere ulaşmasında etkin rol oynamaktadır (Koçyiğit, 2017).

Yaşanan gelişmelerle birlikte kurumlar hedef kitlelerine yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri yürütürken direkt iletişim sağlayabilmekte ve dijital mecraların etkin kullanımı ile kurum imajını hedefe doğrudan yansıtabilmekte ve algısını şekillendirebilmektedir.

Halkla ilişkiler kapsamında kişilerle birebir iletişime ek olarak araçlarla da iletişim kurulabilmektedir. Bunların yanı sıra grup iletişimi, örgütsel iletişim, kitle iletişimi ve kültürlerarası ve uluslararası iletişim yöntemleri de kullanılmaktadır. Bu bağlamda hedef kitlenin kuruluşun faaliyetlerini benimsemesinden ziyade, iyi niyetle gerçekleştirilen faaliyetlerin hedef kitle tarafından onaylanması ve kabul edilmesi önemlidir. Bu hedefe ulaşabilmek için halkın istek, beklenti ve taleplerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca kuruluşun amaç ve beklentileri kamuoyuna aktarılmalıdır. Tüm bu faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için kitlelerle doğru bir şekilde iletişim kurmak ve bu doğrultuda teknolojinin sağladığı imkanlardan yararlanmak önemlidir (Nergiz, 2019).

Phillips ve Young (2009), dijital halkla ilişkilerde aygıtlar, kanallar ve bağlam olmak üzere üç ögeye dikkat çekmiştir:

Aygıtlar, internete ve bilgiye erişmek için kullanılan cihazlardır. Bunlar; akıllı telefonlar, bilgisayar, dizüstü bilgisayar, e-poster, e-kitap ve daha pek çok şeyi kapsamaktadır.

Kanallar, SMS, e-posta, web siteleri, sosyal ağlar, bloglar, mikrobloglar, Wikiler gibi araçları içermektedir.

Bağlam, durum, şartlar, internete erişim anı ve ruh halidir. Kişinin evde, seyahatte, iş ortamında veya yalnızken dijital içeriğe eriştiğinde, etkileşim basit veya zor olduğunda, farklı ruh halinde, farklı zamanlarda ve yerlerde bireyin internet aracılığıyla ulaştığı dijital içeriklere geri bildirimleri farklılık gösterebilmektedir (Phillips ve Young, 2009).

1.6.1 Dijital Halkla İlişkiler Araçları

Safko ve Brake, “The Social Media Bible” (2009) isimli kitaplarında detaylı şekilde işledikleri dijital iletişim araçlarını sosyal ağlar, içerik yayınlayan siteler,

fotoğraf paylaşım siteleri, ses paylaşım siteleri, video paylaşım siteleri, mikrobloglar, kişisel canlı yayınlar, sanal dünyalar, sanal oyun ortamları, mobil araç uygulamaları, bilgi toplama ve saklamaya yarayan araçlar, RSS yani zengin site özetleri ve bildirimleri, arama motorları, kişiler arası iletişim araçları şeklinde sıralanmışlardır.

Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi ile beraber günümüzde en aktif kullanılan mecralardan birisi olarak da Instagram karşımıza çıkmaktadır. İlk etapta bireysel kullanımı baz alan, fotoğraf ve video paylaşımı yapılan Instagram, halihazırda neredeyse tüm özel ve resmi kurumların aktif olarak kullandığı, reklam, bilgilendirme, haber gibi çeşitli içeriklerin üretildiği ve sunulduğu bir halkla ilişkiler aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal Medya: Zaman ve mekan kavramlarından bağımsız her tarzdan içeriklerin üretildiği ve tüketildiği kullanıcıların sürekli etkileşimde bulunabildiği ortamlardır. 2010 sonrası çoğalan ve ivme kazanan sosyal medya kullanımı kurumların da dikkatini çekmiş ve hem özel hem de resmi kurumlar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medyanın temel özellikleri; katılım, açıklık, karşılıklı diyalog, topluluk oluşturma ve bağlantılı olma olarak sıralanabilir. Sosyal medya, geleneksel medyanın tersine çift yönlü iletişim sağlar. Böylelikle anlık geri bildirim sağlanması çeşitli yorumların aynı anda izlenebilmesi nedeniyle süreç daha dinamik bir hale gelmekte ve tüketicinin mal ve hizmetler hakkında kısa sürede bilgi edinmesi sağlanmakta ve bu şekilde hedef kitlenin satın alma davranışını gerçekleştirmesi hızla etkilenmektedir (Mert, 2018).

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO): Arama motoru optimizasyonu web sitelerinin yazılım ve içerik altyapısında arama motorlarında daha üst sıralarda çıkmasını sağlayacak belli ayarların yapılması olarak ifade edilebilir. Böylelikle web siteleri arama motorları tarafından tanınır olmakta ve hedef kitlelerine ulaşması kolaylaşmaktadır (Cesur, 2019). Farklı bir ifade ile web sitelerinin organik arama sonuçlarında daha iyi performans göstermesi için yapılan çalışmaların tümüne verilen addır. Bu çalışmalar arama motoru optimizasyon yapısını daha iyi hale getirirken, logonun ve markanın daha fazla kullanıcıya erişmesini sağlamak ve marka bilinirliği artırmaya katkı sağlamaktadır (Yüksel ve Tolon, 2019).

Online Haber Bültenleri: Geleneksel haber bültenlerinin internet ortamına entegre edilmiş biçimidir. Hedef kitle tarafından hızlı ve açık şekilde

yorumlanması ve internet ortamında daha kolay teyitlenebiliyor olması yönleri ile geleneksel habercilikten farklılık göstermektedir (Mert, 2018).

Sanal Topluluklar: İnternet ortamında farklı amaçlar ile topluluk oluşturan kişilerin meydana getirdiği sanal topluluklar, kendine özgü kurallar taşıyan sosyal gruplardır (Uzkurt ve Özmen, 2006). Sözlük ya da wiki olarak da adlandırılan bu topluluklar, kullanıcıların içeriği güncellemesine, silmesine veya düzenlemesine izin veren web siteleridir. En bilineni ise herkesin düzenleme yapıp katkıda bulunabildiği ücretsiz ansiklopedi olan ve 260'tan fazla dilde 13 milyondan fazla içeriğe sahip olan Wikipedia'dır (Scott, 2010).

E-posta: Kurum ve kuruluşlar elektronik posta üzerinden hedef kitlelere ulaşabilmektedir. Anlık olarak sayısız kullanıcıya ulaşılabilmesi nedeniyle halkla ilişkilerin reklam ve tanıtım gibi alanlarında sıklıkla kullanılan etkin ve hızlı bir yöntem olduğu ifade edilebilir (Mert, 2018).

Cep Telefonu Mesajları: Hedef kitlenin telefonuna SMS (Short Message Service) ya da MMS (Multimedya Messaging Service) iletimi sağlayan kurum, kuruluş ya da tüzel kişiler aynı anda birçok kişiye ulaşarak reklam, tanıtım ve propaganda yapabilmektedir (Mert, 2018).

1.7 Dijital Halkla İlişkilerde Kullanılan Strateji ve Taktikler

Halkla ilişkiler tarih boyu fazlaca değişim ve dönüşüm yaşamış ve bu değişim süreçlerinin bazıları halkla ilişkilerin hem teorik hem de pratik zeminde tüm sınırlarını ortadan kaldırmıştır (Berkman, 2022). Bu değişim, uygulayıcıların çevrimiçi itibarın yönetimi, potansiyel krizlerin azaltılması ve çeşitli dijital kanallar için içeriğin optimizasyonu da dahil olmak üzere dijital iletişimin karmaşıklıklarında gezinmeleri gerektiğinden yeni strateji ve taktiklerin geliştirilmesini gerektirmiştir (Dyer, 2016).

Farklı hedef kitlelere yönelik uygulanan halkla ilişkiler stratejileri ve ilişki algılamaları arasında farklılıklar olabilmektedir. Bu algılamalar güven, bağlılık ve memnuniyetin ön belirleyicisidir (Çelebi, 2019). Stratejik iletişim çalışmaları sürecinde uygulanması gereken ilk adım araştırmadır. Araştırma içerisinde mevcut durum analizi ve SWOT (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) analizinin yapılması gerekmektedir. Bu araştırmalar kurumun iletişim stratejisinin ve dijital halkla ilişkiler stratejisinin tanımlanmasında büyük önem arz etmektedir. Durum analizi ile, kurumlar halihazırdaki misyon ve vizyonunu tespit etmekte ve

yenilemektedir. SWOT analiziyle de kurumun güçlü ve zayıf tarafları, fırsatları ve tehditleri saptanarak dijital halkla ilişkiler stratejileri tespit edilmektedir (Koçyiğit, 2017).

Günümüzde etkili halkla ilişkiler stratejilerini, yönetimini ve taktiklerini uygulamaya devam edebilmek için dijitalleşmeyi kurumsal iletişim sürecine entegre etmek gerekmektedir. Bu entegrasyonu sağlamak da belirli becerileri kazanmak ile mümkün olabilmektedir (Karsak vd., 2018). Bu beceriler, Holtz (2002) tarafından şu şekilde ifade edilmiştir:

Online Araştırma: Online araştırmalar, kurumlar tarafından kurumsal stratejik iş kararlarında önemli bir aydınlatıcı rol üstlenebilmektedir. Dijital iletişimin yaygınlaşması halkla ilişkiler araştırma stratejilerini de farklılaştırmıştır. Kullanıcı içeriğinin izlenmesi, online toplulukların takibi, anlık izleme yöntemleri, kullanıcı içeriklerinin ve bu içeriğe bağlı araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Online araştırmalar, kurumlar tarafından kurumsal stratejik iş kararlarında önemli bir rol üstlenebilmektedir.

Online İletişim Yönetimi: Kurumların, dijital platformlarda temsil edilmesi gerekmektedir. Kurumun hedef kitlesi hangi dijital kanalları kullanıyorsa, kurumun da o platformlarda yerini alması gerekmektedir. Dijital platformlardaki tartışmalara katılma, kullanıcıların yorumlarını takip etme, diğer online kaynaklara katkıda bulunma, e-postalara cevap verme gibi durumlarda, kurumun çeşitli dijital kanallarda var olması, hedef kitle gruplarına dijital platformlardaki varlığını hissettirmesi gerekmektedir.

Online Topluluk Oluşturma ve Katılım: Halkla ilişkiler profesyonelleri, dijital platformlarda topluluklar oluşturarak ve bu topluluklara aktif katılım sağlayarak diyalogları denetleme ve kontrol edebilmeyi sağlayabilmektedir. Halkla ilişkiler profesyonelleri, müşterileri ve kurumları adına dijital kanallarda tartışmalara katılmayı ve kurumun hedeflerini destekleyen kullanıcı kitlelere yönelik topluluklar oluşturmayı öğrenmesi gerekmektedir.

Teknoloji Becerileri: Dijital iletişim teknolojileri kurumlar için günümüzde çok daha önemli hale gelmiştir. Dijital platformlardaki online kullanıcıları yöneterek olumlu mesajların yayılmasını sağlamak gerekmektedir. İlk etapta etkili, ihtiyaçları karşılayan, tasarım ve içerik açısından kurumu yansıtan bir web sayfası teknolojisinin olması gerekmektedir. Bir halkla ilişkiler profesyonelinin bilişim teknolojileri alanında az da olsa bilgi ve beceri sahibi olması ya da bilişim

teknolojileri uzmanları ile koordineli çalışması önemlidir. Bu, kod yazmayı veya sunucuları yapılandırmayı bilmesi gerektiği anlamına gelmemekte, ancak dijital kanalları nasıl kullanması gerektiğini, online topluluk oluşturmayı, dijital platformlara katılımı, dijital platformlardaki bilgileri, yorumları, içerikleri takip etmeyi, incelemeyi, analiz etmeyi gerektirmektedir (Holtz, 2002; Koçyiğit, 2017).

Sosyal medya platformlarında ödül alan 4 halkla ilişkiler kampanyasını inceleyen Allagui ve Breslow (2016) kampanyaların ortak özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;

Kampanyalarda çeşitli içerik paylaşımlarını teşvik edici, sürükleyici ve duygusal hikâye anlatım teknikleri kullanılmaktadır, bu anlatılar hedef kitle üyelerinin en az bir çevrimdışı etkileşim biçimini içermektedir, içeriklere mobil uygulamalar ve kontroller eklenmiştir, içeriklerin zamanlamasına dikkat edilmiştir (Allagui ve Breslow, 2016).

1.8 Dijital Halkla İlişkilerin Temel Dinamikleri

Dijital teknolojilerin ortaya çıkışı halkla ilişkiler alanını önemli ölçüde dönüştürmüş ve uygulayıcıların yeni dinamikler ve stratejiler geliştirmesine yol açmıştır (Duhé, 2015). Dijital halkla ilişkilerin temel dinamiklerini anlamak, modern iletişim ortamında paydaşlarıyla etkili bir şekilde etkileşim kurmak isteyen kuruluşlar için çok önemlidir.

Artan Paydaş Güçlendirmesi: Sosyal medyanın ve diğer dijital platformların yükselişi paydaşları güçlendirmiş, onlara daha fazla etki ve kuruluşları çevreleyen kamusal söyleme aktif olarak katılma becerisi kazandırmıştır (Coombs ve Holladay, 2012). Paydaşlar artık görüşlerini, eleştirilerini ve deneyimlerini genellikle gerçek zamanlı olarak kolayca paylaşabilmektedir ve kuruluşlar itibarlarını ve güvenilirliklerini korumak için anında ve şeffaf bir şekilde yanıt vermeye hazır olmalıdır (Seltzer ve Mitrook, 2007).

İçerik Odaklı Stratejilere Geçiş: Dijital halkla ilişkiler, odak noktasını, kuruluşların hedef kitlelerinin dikkatini çekmek için sürekli olarak ilgi çekici, bilgilendirici ve alakalı içerik oluşturması ve dağıtması gereken içerik odaklı stratejilere doğru kaydırmıştır (Duhé, 2015). Bu da kitle tercihlerinin, davranışlarının ve içerik dağıtımı için en uygun kanalların derinlemesine anlaşılmasını gerektirmektedir (Theunissen ve Noordin, 2012).

Etkileşim ve Katılım Vurgusu: Dijital platformlar, kuruluşlar ve paydaşları arasında daha yüksek derecede etkileşim ve katılım sağlar (Seltzer ve Mitrook, 2007). Halkla ilişkiler uygulayıcıları, güven inşa etmek ve ilişkileri güçlendirmek için iki yönlü iletişimi teşvik etme, paydaşların geri bildirimlerini dinleme ve onlarla aktif bir şekilde etkileşime geçme konusunda usta olmalıdır (Duhé, 2015).

Ölçüm ve Analitikte Değişim: Dijital ortam, halkla ilişkiler profesyonellerinin kampanyalarının ve stratejilerinin etkinliğini daha doğru bir şekilde ölçmelerine olanak tanıyan zengin bir veri ve analitik sunmaktadır (Coombs ve Holladay, 2014). Veri odaklı karar verme sürecine doğru yaşanan bu değişim, uygulayıcıların dijital halkla ilişkiler çabalarını optimize etmek için veri analizi ve yorumlama konusunda yeni beceriler geliştirmelerini gerektirmektedir (Duhé, 2015).

İş birliği ve Entegrasyonun Öneminin Artması: Dijital halkla ilişkiler genellikle daha işbirlikçi bir yaklaşımı gerekli kılar; kuruluşlar uyumlu ve entegre bir iletişim stratejisi sağlamak için pazarlama ve reklamcılık gibi diğer departmanlarla yakın bir şekilde çalışmalıdır (Theunissen ve Noordin, 2012). Bu entegrasyon, her bir disiplinin kendine özgü güçlü yönlerinden yararlanılmasına ve dijital halkla ilişkiler girişimlerinin etkisinin en üst düzeye çıkarılmasına yardımcı olur (Duhé, 2015).

Artırılmış Hız ve Duyarlılık: Dijital iletişimin gerçek zamanlı doğası, halkla ilişkiler profesyonellerinin faaliyet göstermesi gereken hızı artırmıştır (Coombs ve Holladay, 2014). Paydaşlar hızlı yanıtlar beklemektedir ve kuruluşlar sorunları ele almaya ve gelişmelere günler ya da haftalar yerine genellikle dakikalar ya da saatler içinde yanıt vermeye hazır olmalıdır (Seltzer ve Mitrook, 2007).

Özgünlük ve Şeffaflık Talebi: Dijital platformlar, kuruluşların iletişimlerinde özgün ve şeffaf olma ihtiyacını artırmıştır (Theunissen ve Noordin, 2012). Paydaşların dürüst, açık ve endişeleri ya da eleştirileri doğrudan ele almaya istekli olan kuruluşlarla etkileşim kurma ve onlara güvenme olasılığı daha yüksektir (Duhé, 2015).

Influencer İlişkilerinin Önemi: Sektör uzmanları, blog araştırmacıları ve sosyal medya şahsiyetleri gibi etkili kişi ve gruplarla ilişkilerin belirlenmesi ve geliştirilmesi, dijital halkla ilişkilerin kritik bir bileşeni haline gelmiştir (Duhé, 2015). Bu etkileyiciler kuruluşların yeni kitlelere ulaşmasına ve mesajlarına güvenilirlik kazandırmasına yardımcı olabilir (Seltzer ve Mitrook, 2007).

Görsel ve Multimedya İçeriğe Geçiş: Instagram, TikTok ve YouTube gibi görsel ve multimedya platformlarının yaygınlaşması, görsel olarak ilgi çekici içeriklerin oluşturulması ve dağıtılmasına daha fazla önem verilmesine yol açmıştır (Coombs ve Holladay, 2014). Halkla ilişkiler uygulayıcıları, hedef kitlelerinde yankı uyandıran ilgi çekici görsel ve multimedya varlıkları üretme ve düzenleme becerilerini geliştirmelidir (Theunissen ve Noordin, 2012).

Arama Motoru Optimizasyonuna (SEO) Daha Fazla Odaklanma: Çevrimiçi görünürlüğün artan önemiyle birlikte halkla ilişkiler uzmanları, içeriklerinin ve mesajlarının arama motorları için optimize edildiğinden emin olmak için pazarlama meslektaşlarıyla yakın bir şekilde çalışmalıdır (Duhé, 2015). Bu, kuruluşların çevrimiçi varlıklarını geliştirmelerine ve potansiyel paydaşlarına daha etkili bir şekilde ulaşmalarına yardımcı olabilir (Seltzer ve Mitrook, 2007).

Sonuç olarak, dijital halkla ilişkilerin temel dinamikleri; paydaşların daha fazla yetkilendirilmesi, içerik odaklı stratejilere geçiş, etkileşim ve katılımın vurgulanması, veri ve analitiğin entegrasyonu ve kurumsal işlevler arasında daha fazla iş birliği ihtiyacı ile karakterize edilmektedir. Bu dinamikleri anlamak ve bunlara uyum sağlamak, halkla ilişkiler profesyonellerinin dijital iletişim ortamında etkili bir şekilde gezinmeleri ve stratejik hedeflerine ulaşmaları için çok önemlidir. Bu ek dinamikler, dijital halkla ilişkilerin gelişen doğasını ve uygulayıcıların hızla değişen iletişim ortamında etkili kalabilmek için stratejilerini ve beceri setlerini sürekli olarak uyarlamaları gerektiğini vurgulamaktadır.

1.9 Dijital Teknoloji Halkla İlişkileri Nasıl Dönüştürdü?

Dijital teknolojilerdeki hızlı gelişmeler halkla ilişkiler alanını, özellikle de dijital halkla ilişkiler alanını derinden dönüştürmüştür (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Çeşitli dijital araçların, platformların ve uygulamaların ortaya çıkması ve yaygın bir şekilde benimsenmesi, halkla ilişkiler profesyonellerinin paydaşlarıyla etkileşim kurma, mesajlarını iletme ve çabalarının etkisini ölçme yöntemlerini önemli ölçüde yeniden şekillendirmiştir (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Dijital teknolojilerin dijital halkla ilişkileri dönüştürmesinin başlıca yollarından biri, dijital iletişim kanallarının erişilebilirliğinin ve yaygınlığının artmasıdır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Sosyal medya platformları, çevrimiçi forumlar ve anlık mesajlaşma uygulamaları, halkla ilişkiler uzmanlarının daha geniş bir kitleye ulaşmasına, gerçek zamanlı etkileşimleri kolaylaştırmasına

ve anında geri bildirim toplamasına olanak tanıyan baskın etkileşim araçları haline gelmiştir (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Bu değişim, uygulayıcıların çevrimiçi itibarın yönetimi, potansiyel krizlerin azaltılması ve çeşitli dijital kanallar için içeriğin optimizasyonu da dahil olmak üzere dijital iletişimin karmaşıklıklarında gezinmeleri gerektiğinden yeni strateji ve taktiklerin geliştirilmesini gerektirmiştir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Dahası, dijital teknolojilerin yaygınlaşması, halkla ilişkiler profesyonellerinin karar alma süreçlerini bilgilendirmek için veri toplama, analiz etme ve bunlardan yararlanma biçimlerini de dönüştürmüştür (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Dijital analitik araçlarının ve platformlarının bolluğu, uygulayıcıların dijital halkla ilişkiler kampanyalarının performansını izlemelerine ve ölçmelerine, hedef kitleleri hakkında daha derin içgörüler elde etmelerine ve stratejilerini veri odaklı içgörülere dayalı olarak sürekli iyileştirmelerine olanak sağlamıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital halkla ilişkilere yönelik bu veri odaklı yaklaşım, kuruluşlar dijital etkileşimlerini optimize etmeye, marka itibarlarını artırmaya ve iletişim çabalarının ölçülebilir etkisini göstermeye çalıştıkça giderek daha önemli hale gelmiştir (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016).

Ayrıca, dijital teknolojilerin yükselişi, dijital halkla ilişkilerde içerik oluşturma ve dağıtım süreçlerini önemli ölçüde etkilemiştir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Halkla ilişkiler uzmanları artık ilgi çekici multimedya içeriği üretme, içeriği arama motorları için optimize etme ve influencer pazarlama ve diğer dijital güçlendirme stratejilerinden yararlanma becerileri de dahil olmak üzere çeşitli içerik oluşturma ve küratörlük becerilerine sahip olmalıdır (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Dijital ortamın dinamik ve sürekli gelişen doğası, uygulayıcıların içerik stratejilerini sürekli olarak uyarlamalarını, mesajlarının hedef kitlelerinde yankı bulmasını ve her dijital platformun benzersiz özellikleriyle uyumlu olmasını sağlamalarını gerektirmektedir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Dijital teknolojilerin entegrasyonu halkla ilişkiler profesyonellerinin iş birliği yapma, ekiplerini koordine etme ve yönetme biçimlerini dönüştürmüştür (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Proje yönetim araçları, bulut tabanlı platformlar ve sanal iş birliği yazılımlarının kullanımı uzaktan çalışmayı kolaylaştırmış, iş akışlarını kolaylaştırmış ve dijital halkla ilişkiler operasyonlarının verimliliğini artırmıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu değişim,

halkla ilişkiler alanı da dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde uzaktan çalışma modellerinin benimsenmesini hızlandıran COVID-19 salgınının ardından özellikle önemli hale gelmiştir (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Sonuç olarak, dijital teknolojilerin dijital halkla ilişkiler üzerindeki etkisi derin ve çok yönlüdür. İletişim kanallarının ve veri analizinin dönüşümünden gelişen içerik oluşturma ve ekip iş birliği süreçlerine kadar dijital teknolojiler, halkla ilişkiler profesyonellerinin paydaşlarıyla etkileşim kurma ve kurumsal hedeflerine ulaşma biçimlerini temelden yeniden şekillendirmiştir (Bowen, 2013; Choi, 2016; Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital ortam gelişmeye devam ettikçe, dijital teknolojilerin dijital halkla ilişkilerdeki rolünün derinlemesine anlaşılması, uygulayıcıların rekabetçi, yenilikçi ve hedef kitlelerinin sürekli değişen ihtiyaç ve beklentilerine duyarlı kalmaları için çok önemli olacaktır.

Dijital teknolojiler, halkla ilişkiler alanını birkaç temel açıdan kökten değiştirmiştir:

Genişletilmiş İletişim Kanalları: Sosyal medya platformlarının, blogların ve mesajlaşma uygulamalarının yükselişi, halkla ilişkiler profesyonellerine hedef kitlelerine ulaşmak ve onlarla etkileşim kurmak için çok sayıda yeni kanal sunmuştur (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Bu dijital kanallar daha hızlı, etkileşimli ve kişiselleştirilmiş iletişime olanak tanıyarak gerçek zamanlı diyalog ve geri bildirime olanak sağlamaktadır (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016).

Veriye Dayalı Karar Alma: Dijital teknolojiler, halkla ilişkiler profesyonellerine kampanyalarının performansını izlemek, ölçmek ve değerlendirmek için çok sayıda veri ve analiz aracı sağlamıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu veri odaklı yaklaşım, uygulayıcıların stratejilerini optimize etmelerini, kitlelerini daha etkili bir şekilde hedeflemelerini ve çabalarının etkisini göstermelerini sağlayarak daha bilinçli karar vermelerine olanak tanır (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008).

İçerik Oluşturma ve Küratörlük: Dijital platformlar halkla ilişkiler profesyonellerinin içerik oluşturma, küratörlüğünü yapma ve dağıtma yöntemlerini dönüştürmüştür (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Uygulayıcılar artık multimedya içerik üretimi, arama motoru optimizasyonu ve mesajlarının çeşitli dijital kanallardaki hedef kitlelerinde yankı bulmasını sağlamak için influencer

pazarlamasından yararlanma becerilerine sahip olmalıdır (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008).

İşbirlikçi ve Uzaktan Çalışma: Dijital teknolojiler, uzaktan ve dağıtık çalışma modellerini kolaylaştırarak halkla ilişkiler ekiplerinin coğrafi sınırlar ötesinde daha etkili bir şekilde iş birliği yapmasını sağlamıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Proje yönetim yazılımı, bulut tabanlı platformlar ve sanal iş birliği yazılımı gibi araçlar iş akışlarını kolaylaştırmış ve dijital halkla ilişkiler operasyonlarının verimliliğini artırmıştır (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016).

İtibar Yönetimi ve Kriz Müdahalesi: Dijital iletişimin hızı ve şeffaflığı, proaktif itibar yönetiminin ve etkili kriz müdahalesinin önemini artırmıştır (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Halkla ilişkiler uzmanları, çevrimiçi konuşmaları yakından izlemeli, olası krizleri hafifletmeli ve paydaşların endişelerini hızla ele almak ve bunlara yanıt vermek için dijital kanallardan yararlanmalıdır (Mossberger vd., 2008; Choi, 2016). Dijital teknolojilerin dijital halkla ilişkiler üzerindeki dönüştürücü etkisi, halkla ilişkiler profesyonellerinin dijital çağda rekabetçi ve etkili kalabilmek için sürekli olarak uyum sağlamaları gereken yeni stratejilerin, becerilerin ve en iyi uygulamaların evrimine yol açmıştır (Bowen, 2013; Choi, 2016; Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu dijital gelişmeleri anlamak ve benimsemek, halkla ilişkiler uygulayıcılarının kurumsal hedeflerine ulaşmaları ve paydaşlarıyla anlamlı bağlantılar kurmaları için çok önemli olacaktır.

1.10 Dijital Halkla İlişkiler ve İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli

Dijital halkla ilişkiler bağlamında İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli, bir kuruluş ile paydaşları veya kamuoyu arasında karşılıklı anlayış ve iş birliğini vurgulayan bir iletişim yaklaşımını ifade eder (Grunig ve Hunt, 1984). İki yönlü simetrik iletişim modelinin ilkelerine göre, iletişim çift yönlü olmalıdır; burada kuruluş yalnızca kamuoyuna bilgi yaymakla kalmaz, aynı zamanda paydaşlardan gelen geri bildirim ve girdileri de aktif olarak dinler ve yanıtlar (Grunig, 1992). Amaç, kamuoyunu kuruluşun pozisyonunu kabul etmeye ikna etmekten ziyade kuruluş ve kamuoyu arasında karşılıklı anlayış sağlamaktır (Grunig ve Grunig, 1992). Buna ek olarak, kuruluş sorunları belirlemek ve ele almak, sorunları çözmek

ve karşılıklı fayda sağlayan çözümler geliştirmek için paydaşlarla işbirliği içinde çalışmalıdır (Grunig ve Grunig, 1992).

Dijital halkla ilişkiler bağlamında bu model, kuruluş ile çevrimiçi toplulukları arasında doğrudan, gerçek zamanlı iletişim ve diyalog sağlayan etkileşimli dijital kanalların ve platformların kullanılmasıyla kendini gösterir (Kent ve Taylor, 2002). Bu, iki yönlü etkileşime ve tartışmaya olanak tanıyan sosyal medya platformlarının kullanımını, kuruluşun paydaşların endişelerine katılabileceği ve yanıt verebileceği çevrimiçi forumları ve toplulukları ve kuruluşun dijital mülklerinde özel geri bildirim mekanizmalarını ve müşteri hizmetleri kanallarını içerir (Kent ve Taylor, 2002; Rybalko ve Seltzer, 2010). Dijital halkla ilişkiler (DPR) alanında, İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli, paydaşlarla ilişkileri geliştirmeye yönelik sofistike ve etik bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Grunig, 2001). Kuruluşların minimum etkileşimle bilgi yaydığı geleneksel, tek yönlü iletişim yöntemlerinden ayrılır. Bu model, kuruluşların paydaşların bakış açılarını ve endişelerini aktif bir şekilde anlamaya çalıştığı diyalog odaklı bir yaklaşımı vurgular (Stacks ve Watson, 2007). Sosyal medya, çevrimiçi forumlar ve interaktif web siteleri gibi dijital platformlar bu iki yönlü alışverişi kolaylaştırmak için çok önemli araçlar haline gelmektedir.

DPR'deki İki Yönlü Simetrik İletişim Modelinin temel özellikleri şunlardır (Grunig, 2001; Kent ve Taylor, 2002):

Karşılıklı Etki: Hem kuruluş hem de paydaşları birbirlerinin bakış açılarını ve kararlarını etkileme fırsatına sahiptir. Açık iletişim kanalları sürekli bir fikir ve bilgi alışverişine olanak sağlar.

İş birliği: Bu model sorun çözme ve karar alma süreçlerinde kuruluş ve paydaşları arasında iş birliğini teşvik eder. Paydaşlar sadece pasif bilgi alıcıları olarak değil, değerli ortaklar olarak görülürler.

Şeffaflık: Bu modelde şeffaflık çok önemlidir. Kuruluşlar iletişimlerinde açık ve dürüst olmaya gayret eder ve paydaşların ilgili bilgilere erişimini sağlar.

İlişki Kurma: İki Yönlü Simetrik Model paydaşlarla ilişki kurmaya öncelik verir. Kuruluşlar, paydaşlarla aktif bir şekilde etkileşime girerek güven inşa edebilir ve uzun vadeli, karşılıklı fayda sağlayan ilişkiler geliştirebilir.

Dijital halkla ilişkilerde İki Yönlü Simetrik Modelin Faydaları:

İyileştirilmiş İtibar Yönetimi: Paydaşlarla açık iletişim ve etkileşim, kuruluşların endişeleri gidermesine ve olumlu bir itibar oluşturmaya yardımcı olabilir.

Gelişmiş Kriz İletişimi: Bir kriz sırasında, etkili iki yönlü iletişim, paydaşların doğru bilgilere erişmesini ve duyulduklarını hissetmelerini sağlayarak hasarı en aza indirebilir ve iyileşmeyi kolaylaştırabilir.

Daha Güçlü Paydaş İlişkileri: Diyalog ve iş birliğini teşvik ederek, kuruluşlar paydaşlarla daha güçlü ilişkiler kurabilir, bu da destek ve güvenin artmasına yol açar.

Veriye Dayalı Karar Alma: Sosyal dinleme ve duygu analizi araçları paydaşların algıları hakkında değerli bilgiler sağlayarak kuruluşların veriye dayalı kararlar almasına olanak tanır.

Dijital halkla ilişkilerde İki Yönlü Simetrik Modelin Zorlukları:

Yoğun Kaynak Kullanımı: İki Yönlü Simetrik Modelin etkili bir şekilde uygulanması, özel personel ve dijital iletişim araçlarının güçlü bir şekilde anlaşılması dahil olmak üzere önemli kaynaklar gerektirir.

Zaman Taahhüdü: Paydaşlarla sürekli bir diyalog sürdürmek zaman alıcı olabilir. Kuruluşların bu modeli etkin bir şekilde sürdürebilmeleri için gerekli kaynakları ayırmaya hazır olmaları gerekir.

Olumsuz Geri Bildirim Yönetimi: İki yönlü iletişimde olumsuz geri bildirim kaçınılmazdır. Kuruluşlar eleştirileri yapıcı bir şekilde ele almaya ve iyileştirme taahhüdünü göstermeye hazır olmalıdır.

Kuruluşlar dijital alanda iki yönlü simetrik bir iletişim yaklaşımı benimseyerek daha güçlü ilişkiler kurabilir, şeffaflığı artırabilir ve kilit kamuoyu ve paydaş gruplarıyla ortaklık duygusunu teşvik edebilir (Grunig, 1992). Bu da güvenin, itibarın ve dijital halkla ilişkiler çabalarının genel etkinliğinin artmasına yardımcı olur (Rybalko ve Seltzer, 2010).

İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli, dijital çağda paydaşlarla güçlü ve kalıcı ilişkiler kurmak için değerli bir çerçeve sunmaktadır. Diyalog, iş birliği ve şeffaflığa öncelik veren kuruluşlar, halkla ilişkiler çabalarını geliştirmek ve iletişim hedeflerine ulaşmak için dijital platformlardan yararlanabilir.

1.11 Dijital Halkla İlişkiler ve Çevrim İçi İtibar Yönetimi

Kurumsal itibar için şu soruların cevaplanması gerektiği ifade edilmektedir (MacMillan vd., 2005).

Ne İçin İtibar? Şirketlerin farklı özellikleri, davranışları veya sonuçları nedeniyle itibarları olabilir. Örneğin, biri finansal açıdan başarılı, diğeri büyük ve güçlü, diğeri yenilikçi, diğeri ise yüksek kaliteye sahip olduğu için itibar sahibi görünebilir.

Kim için İtibar? Prensip olarak, bir işletmeye ilişkin algısı olan tüm insanların dikkate alınması gerekir. Peki ama kimin algıları en kritiktir? Kimi kurumlar müşteriye öncelik verirken kimi çalışana öncelik tanımaktadır.

Ne amaçla itibar sorusunu yanıtlamak için hem ilişkisel hem de finansal açıdan iyi niyet yaratmak çok önemlidir (MacMillan vd., 2005).

İnternet kullanıcıları, artık bir konuda araştırma yaparken kendilerini yalnızca web siteleriyle sınırlandırmamakta; bloglara, forumlara ve günümüz sosyal paylaşım sitelerine girerek başkalarının bir konu hakkındaki bilgi ve görüşlerini öğrenmektedirler. Bu araçlar ile milyonlarca insan, birçok konunun yanı sıra kurumlarla ilgili bilgilerini, fikirlerini ve deneyimlerini paylaşmakta ve anında tüm dünyaya duyurabilmektedirler. Bu nedenle kurumların üzerinde eskisinden farklı baskılar oluşmaktadır. Çevrimiçi ortam hem kurumların itibarlarını daha zedelenmeye açık hale getirebilmekte, hem de kurumlara itibarlarını güçlendirmeleri için farklı fırsatlar sunmaktadır. Günümüzde kurumlar markalarını korumak ve yönetmek için sosyal medya alanlarını kullanmaktadır. Çevrimiçi itibar yönetimi kavramı da bu süreçte önem kazanmıştır (Özmelek Taş, 2019).

Araştırmacılara göre dijital halkla ilişkiler, "Paydaş iletişimi, itibar yönetimi ve kriz müdahalesi gibi halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmak için dijital teknolojilerin ve platformların kullanılması." anlamına gelmektedir. Halkla ilişkilerde daha dijital merkezli bir yaklaşıma doğru yaşanan bu kayma, kurumsal itibarın ve paydaş algılarının şekillendirilmesinde internetin ve sosyal medyanın artan öneminden kaynaklanmaktadır (Chen ve Guo, 2018). Vijeikis ve Makštutis (2021), çevrimiçi itibar yönetiminin, bir kuruluşun dijital alandaki itibarının proaktif olarak izlenmesi, yönetilmesi ve geliştirilmesini içerdiği için dijital halkla ilişkilerin önemli bir bileşeni olduğunu vurgulamaktadır. Bu, çevrimiçi bahsedilenleri ve duyarlılığı izleme, müşteri geri bildirimlerine ve şikayetlerine yanıt verme ve kuruluşla ilgili olumlu anlatıları teşvik etmek için dijital platformlardan

yararlanma gibi faaliyetleri içerir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Araştırmacılar, sosyal medya ve diğer dijital platformların yükselişinin çevrimiçi itibar yönetimini kuruluşlar için giderek daha kritik hale getirdiğini, çünkü bu platformların "paydaşların bir kuruluşa ilişkin algılarını oluşturdukları ve ifade ettikleri birincil kanallar" haline geldiğini savunmaktadır. Olumsuz çevrimiçi yorumlar, sosyal medya tepkisi veya yanlış bilginin yayılması bir kuruluşun itibarına hızla zarar verebilir ve finansal performansı, paydaş ilişkileri ve genel sürdürülebilirliği üzerinde potansiyel olarak ciddi sonuçlar doğurabilir (Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Vijeikis ve Makštutis (2021), çevrimiçi itibarlarını etkili bir şekilde yönetmek için kuruluşların çevrimiçi konuşmaları izleme ve analiz etme, ilgi çekici dijital içerik oluşturma ve paydaşlarla etkileşim kurmak için dijital araçları ve platformları kullanma gibi becerileri kapsayan yüksek derecede dijital yetkinliğe sahip olmaları gerektiğini öne sürmektedir. Araştırmacılar ayrıca, "daha yapıcı ve sorumlu çevrimiçi davranışları teşvik edebileceği ve bu da olumlu bir kurumsal itibarın sürdürülmesine katkıda bulunabileceği" için paydaşlar arasında dijital vatandaşlığı teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır (Vijeikis ve Makštutis, 2021,).

Araştırmacılar, halkla ilişkiler alanındaki dijital dönüşümün, kuruluşların paydaşlarıyla etkileşim kurma ve ilişkilerini yönetme biçimlerini temelden değiştirdiğini vurgulamaktadır. Geçmişte halkla ilişkiler faaliyetleri büyük ölçüde basın bültenleri, medya ilişkileri ve reklam gibi geleneksel, tek yönlü iletişim kanallarına odaklanıyordu. Ancak internet ve sosyal medyanın yükselişi, paydaşlara kurumsal itibar ve anlatıların şekillendirilmesinde çok daha aktif ve etkili bir rol vermiştir (Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Vijeikis ve Makštutis (2021), bu yeni dijital ortamda, çevrimiçi itibar yönetiminin dijital halkla ilişkilerin kritik bir bileşeni haline geldiğini savunmaktadır. Çevrimiçi itibar yönetimi, "bir kuruluşun dijital alandaki itibarının proaktif olarak izlenmesini, yönetilmesini ve geliştirilmesini" içerir (Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu, aşağıdaki gibi faaliyetleri içerir:

Çevrim içi bahsetmenin ve duyarlılığın izlenmesi: Sosyal medyada, inceleme sitelerinde ve diğer dijital platformlarda kuruluş hakkında neler söylendiğini sürekli olarak izlemek ve analiz etmek.

Müşteri geri bildirimlerine ve şikâyetlerine yanıt vermek: Endişeleri gidermek, destek sağlamak ve olası itibar hasarını azaltmak için paydaşlarla gerçek zamanlı olarak etkileşim kurmak.

Olumlu söylemleri teşvik etmek için dijital platformlardan yararlanmak: Kurumla ilgili olumlu hikayeleri, başarıları ve mesajları paylaşmak için sosyal medyayı, kurumsal web sitelerini ve diğer dijital kanalları kullanmak (Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Vijeikis ve Makštutis (2021), bu çevrimiçi itibar yönetimi stratejilerinin başarısının büyük ölçüde halkla ilişkiler profesyonellerinin dijital yeterliliğine bağlı olduğunu vurgulamaktadır.

1.12 Kamuoyu Algısını Şekillendirmede Dijital Platformların Önemi

Kamuoyu kavramı ile ilgili olarak yapılan tanımlar genel olarak üç temel özelliği içermektedir. Bunlardan ilki kamuoyu için açıklık prensibinin bir önkoşul olmasıdır. Bireysel tutumlar özel alanın karşısı olan kamusal alanda yerlerini alacaklarsa açıkça ifade edilebilmelidir. İkinci özellik, kamuoyunun dayanışmayı gerektirmesidir. Kamuoyu düşünceleri bireyden kolektif bir ortama taşımaya yardımcı olan bireyler arasındaki ilişki ve etkileşimleri kapsamaktadır. Son özellik ise, kamuoyunun kararları kapsamasıdır. Kamuoyu, bireylerin güncel toplumsal sorunlarla ilişkili tutumları ile kamu görevlerinin aynı sorunlara ilişkin kararları arasında önemli bir bağın oluşmasına neden olmaktadır (İrvan, 1994; Temizel, 2008).

Sosyal ilişkilerden, giyinme tercihine; nelerin konuşulacağı ve nasıl düşünülmesi gerektiğine kadar birey ve toplumları etkileme gücü olan medya, özellikle siyasi ve ekonomik alanlarda kitlelerin istenilen tarzda davranış biçimleri geliştirmesinde büyük bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzün capitalist sistemi içerisinde diğer kâr amaçlı kurumlardan çok da farklı gözükmeyen medya kuruluşları; birtakım değerleri, inançları kitlelere mesaj ve simgeler yoluyla iletmekte ve algı yaratmaktadır. Neyin haber olarak seçileceği, nasıl yayımlanacağı bu kuruluşlar tarafından belirlenmektedir. Medya karşısındaki bireyin özgür biçimde seçim yapabildiğini söylemek pek kolay değildir. Hangi gazete ve dergide neleri okuyacağımız, hangi televizyon kanalında neyi izleyeceğimiz konusunda bireyler yönlendirilmektedir. Medya; gündelik hayattan siyasete, toplumsal yapılardan ekonomik gelişmelere kadar geniş bir zeminde farklı anlamlandırma

pratikleri sunmakta, bu sayede toplumsal, ekonomik ve kültürel gerçekliklerin yanı sıra bir medya gerçekliği de inşa etmektedir. Haber metinlerinde dünyasal gerçek, medyatik gerçeğe dönüştürülmekte, medyanın sahiplik ve mülkiyet yapısı, söz konusu gerçekliğin kurgulanmasında belirleyici olmaktadır. Bu temsiller; bireylerin gerçek dünyayı algılamasında da etkili olmaktadır. Güçlü etkileri olduğu kabul edilen kitle iletişim araçları kanalıyla “algı yönetimi” teknikleri sayesinde uygun mesajlar hedef kitlelere ulaştırılmakta; kişilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda belirlenen hedeflere yönelmeleri sağlanmaktadır (Utma, 2018). Algılayan kişinin bireysel özellikleri, geçmiş deneyimleri algılama sürecinin gerçekleştiği fiziksel ortam, algılama sürecinde etkili olmaktadır. Algı yönetimi, kimilerine göre hedef kitleleri belirli çıkarlar doğrultusunda ‘kandırmak’ ve onları çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılacak birer unsur haline getirmekken; diğerlerine göre bir ürün, hizmet ya da fikri satın alma noktasında ‘ikna etme’ hedefinde olan teknikler bütünüdür (Saydam, 2015).

1.13 Kitle Segmentasyonu ve Hedefleme

Dijital halkla ilişkiler bağlamında kitle segmentasyonu, bir kuruluşun hedef kitlesini paylaşılan özelliklere, davranışlara ve tercihlere dayalı olarak farklı gruplara ayırma sürecini ifade eder (Duhé, 2015). Bu stratejik yaklaşım, halkla ilişkiler uzmanlarının hedef kitlelerinin belirli alt gruplarında yankı uyandıran daha kişiselleştirilmiş ve etkili iletişim stratejileri geliştirmelerine olanak tanır (Coombs ve Holladay, 2014). Kitle segmentasyonu, dijital halkla ilişkiler uygulayıcıları için çeşitli avantajlar sunar:

Hedefli Mesaj Gönderimi: Kuruluşlar, farklı kitle segmentlerinin benzersiz ihtiyaçlarını, ilgi alanlarını ve iletişim tercihlerini anlayarak, dikkatlerini çekme ve istenen tepkiyi ortaya çıkarma olasılığı daha yüksek olan özel mesajlar ve içerikler oluşturabilir (Theunissen ve Noordin, 2012). Bu, doğru mesajın doğru zamanda doğru kişilere ulaşmasını sağlamaya yardımcı olur.

Verimli Kaynak Tahsisi: Kitleyi bölümlere ayırmak, halkla ilişkiler uzmanlarının kuruluş için en önemli ya da değerli olan kesimlere odaklanarak zaman, bütçe ve çaba gibi kaynaklarını daha etkili bir şekilde tahsis etmelerini sağlar (Duhé, 2015). Bu da daha yüksek bir yatırım getirisi ve mevcut kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayabilir.

Gelişmiş Katılım ve İlişki Kurma: Kitle segmentleri tanımlandığında ve kişiselleştirilmiş iletişimle ele alındığında, kuruluş ile paydaşları arasında daha derin bir bağlılık ve daha güçlü ilişkiler geliştirebilir (Seltzer ve Mitrook, 2007). Bu da nihayetinde hedef kitle arasında güven, sadakat ve savunuculuğun artmasına yol açabilir.

Hedef Kitle Segmentlerinin Belirlenmesi: Halkla ilişkiler uzmanlarının dijital ortamda hedef kitlelerini segmentlere ayırırken göz önünde bulundurabilecekleri çeşitli faktörler vardır:

Demografik özellikler: Yaş, cinsiyet, konum, gelir, eğitim düzeyi vb.

Psikografik özellikler: Değerler, ilgi alanları, tutumlar, davranışlar, yaşam tarzları, vb.

Dijital davranışlar: Çevrimiçi etkinlik, cihaz kullanımı, içerik tüketim kalıpları, sosyal medya katılımı vb.

Kuruluşlar, web sitesi analizleri, sosyal medya içgörüler, müşteri anketleri ve pazar araştırması gibi çeşitli kaynaklardan elde edilen verileri analiz ederek kitlelerini daha iyi anlayabilir ve hedeflenecek en ilgili ve değerli segmentleri belirleyebilir (Coombs ve Holladay, 2014).

Kitle Segmentasyonunun Uygulanması: Kitle segmentleri belirlendikten sonra halkla ilişkiler uzmanları her segment için özel iletişim stratejileri ve taktikleri geliştirebilir (Theunissen ve Noordin, 2012). Bu, benzersiz içerik oluşturmayı, en uygun dijital kanalları seçmeyi ve maksimum etkiyi sağlamak için iletişimin zamanlamasını ve sıklığını optimize etmeyi içerebilir (Duhé, 2015).

Sürekli Değerlendirme ve İyileştirme: Kitle segmentasyonu, dijital ortam ve kitle tercihleri zaman içinde geliştikçe düzenli değerlendirme ve iyileştirme gerektiren devamlı bir süreçtir (Seltzer ve Mitrook, 2007). Halkla ilişkiler uzmanları, segmentasyon stratejilerinin etkinliğini sürekli olarak izlemeli ve hedef kitlelerinin ilgisini çekebilmek için yaklaşımlarını gerektiği gibi uyarlamaya hazır olmalıdır.

Kitle Segmentasyonu için Teknikler: Halkla ilişkiler uzmanları dijital kitlelerini bölümlere ayırmak için çeşitli teknikler kullanabilir:

Demografik Segmentasyon: Hedef kitlenin yaş, cinsiyet, konum, gelir, eğitim düzeyi vb. özelliklere göre bölünmesi. Bu, farklı ihtiyaç ve tercihlere sahip farklı tüketici gruplarının belirlenmesine yardımcı olabilir.

Psikografik Segmentasyon: Hedef kitlenin değerleri, ilgi alanları, tutumları, yaşam tarzları ve kişilik özelliklerine göre gruplandırılması. Bu, kitlenin motivasyonlarının ve davranışlarının daha derinlemesine anlaşılmasını sağlar.

Davranışsal Segmentasyon: Kitlenin çevrimiçi faaliyetlerini, içerik tüketim kalıplarını, cihaz kullanımını ve sosyal medya katılımını analiz etmek. Bu, dijital davranışlarına ilişkin içgörülerini ortaya çıkarabilir ve daha hedefli bir erişim sağlayabilir.

Firmografik Segmentasyon (B2B için): Diğer işletmeleri hedefleyen kuruluşlar için hedef kitleyi şirket büyüklüğü, sektör, iş fonksiyonu veya karar verme yetkisine göre segmentlere ayırmak özellikle faydalı olabilir.

Sonuç olarak, kitle segmentasyonu dijital halkla ilişkilerin önemli bir bileşenidir ve kuruluşların paydaşlarına daha kişiselleştirilmiş ve etkili iletişim sunmasını sağlar. Halkla ilişkiler uzmanları, farklı kitle segmentlerinin benzersiz ihtiyaçlarını ve tercihlerini anlayıp ele alarak kaynaklarını optimize edebilir, katılımı artırabilir ve hedef kitleleriyle daha güçlü, daha anlamlı ilişkiler kurabilir. Kitle davranışlarını ve tercihlerini tahmin etmek için veri analitiği ve makine öğreniminden yararlanma. Bu, kitle eğilimlerinin bir adım önünde olmak için daha doğru ve proaktif segmentasyon sağlayabilir. Pazarlama otomasyonu araçlarını ve müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) sistemlerini kullanarak kitleyi dinamik olarak segmentlere ayırmak ve iletişimlerini geniş ölçekte kişiselleştirmek. Dijital halkla ilişkilerde etkili kitle segmentasyonu büyük ölçüde veri toplama ve analizine dayanır. Halkla ilişkiler uzmanları, bu bilgileri toplayıp yorumlayarak hedef kitleleri hakkında daha kapsamlı bir anlayış kazanabilir ve onları en etkili şekilde nasıl segmente edecekleri ve onlarla nasıl etkileşim kuracakları konusunda bilinçli kararlar verebilirler. Kitle segmentasyonu sürekli değerlendirme ve iyileştirme gerektiren yinelemeli bir süreçtir. Halkla ilişkiler ekipleri segmentasyon stratejilerinin performansını düzenli olarak gözden geçirmeli, yeni yaklaşımları test etmeli ve kitle tercihleri ve dijital ortam zaman içinde geliştikçe taktiklerini uyarlamalıdır. Kitle segmentasyonuna yönelik bu çevik, veriye dayalı yaklaşım, halkla ilişkiler çalışmalarının ilgili, etkili ve kuruluşun dijital alandaki kilit paydaşlarının değişen ihtiyaçlarına duyarlı kalmasını sağlamaya yardımcı olur.

1.14 Dijital Halkla İlişkiler Etkinliğini Ölçmek ve Değerlendirmek

Dijital halkla ilişkilerin etkinliğinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi, başarılı bir dijital halkla ilişkiler stratejisinin kritik bir bileşenidir. Bir kuruluşun dijital halkla ilişkiler çalışmalarının etkinliğini belirlemek ve gelecekteki karar alma süreçlerine bilgi sağlamak amacıyla bu çalışmaların etki ve sonuçlarının değerlendirilmesini içerir (Macnamara, 2014). Dijital halkla ilişkiler bağlamında, etkinlik çeşitli metrikler ve analitiklerle ölçülebilir ve değerlendirilebilir (Solis ve Breakenridge, 2009). Bunlar şunları içerebilir:

Etkileşim ölçümleri: Beğeni, paylaşım, yorum ve yanıt sayısı gibi dijital platformlarda kuruluş ile paydaşları arasındaki etkileşim ve iki yönlü iletişim düzeyinin ölçülmesi (Lovejoy ve Saxton, 2012).

Erişim ve görünürlük ölçümleri: Kuruluşun dijital kitlesinin büyüklüğünün ve büyümesinin yanı sıra web sitesi trafiği, sosyal medya takipçileri ve medyada bahsedilme sayısı gibi dijital içeriğinin görünürlüğünün ve dağıtımının izlenmesi (Linke ve Zerfass, 2013).

Marka duyarlılığı ve itibar ölçümleri: Çevrimiçi konuşmalara ve geri bildirimlere dayalı olarak kuruluşun markasına, ürünlerine veya hizmetlerine yönelik genel algının ve duyarlılığın analiz edilmesi (Einwiller ve Steilen, 2015).

Dönüşüm ve iş etkisi ölçümleri: Dijital halkla ilişkiler çalışmalarının potansiyel müşteri yaratma, müşteri edinme ve satış gibi somut iş sonuçlarının ölçülmesi (Solis ve Breakenridge, 2009).

Kuruluşlar bu metrikleri sürekli olarak takip ve analiz ederek dijital halkla ilişkiler stratejilerinin etkinliği hakkında değerli bilgiler edinebilir ve performanslarını iyileştirmek için bilinçli ayarlamalar yapabilirler (Macnamara, 2014). Dijital halkla ilişkiler değerlendirmesine yönelik bu veri odaklı yaklaşım, kuruluşların iletişim çabalarını genel iş hedefleriyle daha iyi uyumlu hale getirmelerine yardımcı olabilir ve kamuoyu algısını etkileme ve istenen sonuçları elde etme becerilerini geliştirebilir (Macnamara, 2014).

Ayrıca, dijital platformlarda gerçek zamanlı veri ve analitiklerin bulunması, kuruluşların değişen trendleri ve ortaya çıkan sorunları zamanında izlemelerine ve bunlara yanıt vermelerine olanak tanıyarak dijital halkla ilişkiler çabalarının etkinliğini daha da artırmaktadır (Zerfass vd., 2018). Genel olarak, dijital halkla ilişkilerin etkinliğinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi, kuruluşların iletişim stratejilerini sürekli olarak geliştirmeleri, paydaşlarıyla daha güçlü ilişkiler

kurumları ve arzu ettikleri halkla ilişkiler ve iş hedeflerine ulaşmaları için gereklidir (Solis ve Breakenridge, 2009).

Dijital halkla ilişkilerin (DPR) dinamik dünyasında, kampanyaların etkinliğini ölçmek ve değerlendirmek, başarıyı göstermek ve gelecekteki çabaları optimize etmek için çok önemlidir (Filippin vd., 2019). Bu, sadece çıktıları izlemenin ötesine geçer; dijital halkla ilişkiler faaliyetlerinin kuruluşun iletişim hedeflerine ulaşma üzerindeki etkisini değerlendirmeyi içerir (Watson, 2012).

1.15 Dijital Vatandaşlık

Dijital vatandaşlık, dijital teknolojilerin hem kuruluşlar hem de paydaşları tarafından sorumlu ve etik bir şekilde kullanılmasını kapsadığı için dijital halkla ilişkiler alanında çok önemli bir kavramdır (Ribble, 2011). Dijital halkla ilişkiler bağlamında dijital vatandaşlık, kuruluşların ve kamuoylarının çevrimiçi etkileşimlerine ve faaliyetlerine rehberlik eden normlar, davranışlar ve sorumluluklar kümesini ifade eder (Ribble, 2015). Buna aşağıdakiler dahildir:

Dijital erişim ve kapsayıcılık: Tüm paydaşların dijital platformlara ve iletişim kanallarına erişim ve katılım için eşit fırsatlara sahip olmasının sağlanması (Watkins ve Candler, 2010).

Dijital görgü kuralları ve etik: Mahremiyete dikkat etmek, tacizden kaçınmak ve fikri mülkiyete saygı göstermek gibi uygun ve saygılı çevrimiçi davranışların teşvik edilmesi (Ribble, 2011).

Dijital iletişim ve iş birliği: Kurumlar ve paydaşları arasında etkili, şeffaf ve karşılıklı fayda sağlayan dijital etkileşimlerin teşvik edilmesi (Kent ve Taylor, 2002).

Dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme: Paydaşları dijital bilgi ve içerikte gezinmek ve bunları değerlendirmek için gerekli beceri ve yetkinlikleri geliştirmeye teşvik etmek (Ribble, 2015).

Dijital haklar ve sorumluluklar: Kurumların ve paydaşlarının veri gizliliği ve güvenliği gibi dijital alandaki hak ve yükümlülüklerinin farkında olmalarını sağlamak (Watkins ve Candler, 2010).

Kuruluşlar dijital vatandaşlık ilkelerini benimseyerek dijital halkla ilişkiler stratejilerini geliştirebilir ve paydaşlarıyla daha güçlü, daha güvene dayalı ilişkiler kurabilirler (Grunig, 1992). Bu da itibarın iyileşmesine, paydaş katılımının artmasına ve kurumun dijital iletişimi ile genel iş hedefleri arasında daha iyi bir

uyum sağlanmasına yol açabilir (Kent ve Taylor, 2002). Dahası, dijital vatandaşlık, kuruluşların dijitalle ilgili olaylar veya tartışmalar durumunda etkili kriz yönetimi ve itibar kurtarma stratejileri geliştirmeleri ve uygulamaları için bir temel oluşturabilir (Einwiller ve Steilen, 2015). Özünde, dijital halkla ilişkilerde dijital vatandaşlık hem kuruluşlara hem de paydaşlarına fayda sağlayan sorumlu, etik ve kapsayıcı bir dijital ortamı teşvik etmekle ilgilidir (Ribble, 2011). Kuruluşlar bu ilkeleri dijital iletişim stratejilerine entegre ederek dijital halkla ilişkiler etkinliklerini artırabilir ve dijital ekosistemin genel refahına katkıda bulunabilirler. Dijital vatandaşlık, dijital bir toplumda teknolojinin sorumlu ve etik kullanımını kapsayan çok yönlü bir kavramdır (Ribble vd., 2009). Dijital halkla ilişkiler alanında dijital vatandaşlık, paydaşlarla çevrimiçi etkileşim kuran kuruluşlar için çok önemli bir husus haline gelmektedir.

1.15.1 Dijital Vatandaşlığın Tanımı ve Kavramsallaştırması

Tarihsel olarak, vatandaşlığın ayırt edici özü siyasi ve tüzel bir varlığa üyelik gibi resmi bir statüye sahip olmak ve bu varlık içerisinde kişiyi özne veya sıradan bir ziyaretçi olmaktan ayıran belirli türde hak ve yükümlülüklerle sahip olmak olmuştur (Bellamy, 2014). Bunlara ek olarak vatandaşın kamu otoritesine katılma hakkı da bulunmaktadır (Nomer, 2018; Özkan, 2019).

İnsanlığın var olduğu günden bugüne vatandaşlık kavramı sosyokültürel, siyasi, ekonomik ve bilimsel gelişmelerden etkilenmiştir. Bu etkilenme vatandaşlık kavramının toplumdan topluma çağdan çağa farklı olarak algılanmasına neden olmuştur. Aktif, pasif, sivil, liberal, komünal, küresel, çok kültürlü, anayasal, kurumsal, müzakereci, kritik, dijital ve Avrupa vatandaşlığı olmak üzere sıkça karşılaşılabilecek toplam 13 vatandaşlık çeşidi bulunmaktadır (Sari, 2019).

Geleneksel vatandaşlık tanımında kişi devletine karşı belirli sorumlulukları yerine getirmesi gerekirken, dijital vatandaşlıkta ise kişilerin hak ve sorumluluklarını dijital platformlarda gerçekleştirmesi söz konusudur (Çatlı ve Keskin, 2021). Dijital vatandaşlık üzerine birçok tanım bulunmaktadır. Mossberger, (2015), dijital vatandaşı “İnterneti düzenli ve etkili kullananlar” olarak ifade etmiştir. Park ve Ribble (2021) ise dijital vatandaşlığı “Dijital ortamın uygun, güvenilir ve geliştirilmiş teknolojisinin sürekli gelişen kurallara uygun olarak kullanılmasıdır.” şeklinde tanımlamıştır. Sözlük tanımında, interneti ve diğer dijital teknolojileri güvenli, etkili ve sorumlu bir şekilde kullanma becerisi ve

bilgisi; çevrimiçi olarak bulunan bilgilerin doğruluğunu, siber zorbalığı önleme stratejilerini veya çevrimiçi gizlilik uygulamalarını değerlendirmeye yönelik medya okuryazarlığı becerileri olarak ifade edilmektedir (Dictionary, 2024). Dijital vatandaşlar, birbirine bağlı bir dijital dünyada yaşama, öğrenme ve çalışma haklarını, sorumluluklarını ve fırsatlarını tanır ve bunlara değer verir ve güvenli, yasal ve etik davranışlarda bulunurlar. Dijital vatandaşlar, dijital kimliklerini ve itibarlarını geliştirip yönetirler ve bunların kalıcılığının farkındadırlar (Ribble ve Park, 2022).

1.15.2 Dijital Vatandaşlığın Bir Kavram Olarak Ortaya Çıkışı

Soğuk savaş sonrası dönemde değişen katılım davranışları, vatandaşlık tutumları ve devlet – vatandaş ilişkilerinde dönüşüm gözlenmektedir. 21. yüzyıl bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimlerin hayatın neredeyse her alanında etkilerinin ortaya çıktığı bir dönemdir. Çevrimiçi ve dijital imkanların kullanıma sunulması, vatandaş-devlet ilişkisine dair klasik anlayışın yanı sıra dünya genelinde siyasal katılımın kapsamını değiştirmiştir. Yeni nesillerin değişen vatandaşlık eğilimleri ve katılımlarıyla vatandaşlık kavramı birçok alanda yeniden tanımlanmıştır. Dijital vatandaşlık da bunlardan birisi olmuştur (Demirkaya, 2018).

Dijital vatandaşlık kavramının geniş çapta kullanılmaya başlanması 2000'li yılların başına denk gelmektedir (Ribble ve Park, 2022). Dijital vatandaşlık ilk kez Ribble ve Bailey (2004) tarafından ortaya atılmış ve üzerine akademik perspektiften yorumlar getirilmeye başlanmıştır (Sari ve Taşer, 2018).

1.15.3 Dijital Vatandaşlığın Boyutları

Teknolojinin sorumlu ve etik kullanımını kapsayan dijital vatandaşlık, çeşitli temel boyutları olan çok yönlü bir kavramdır (Ribble vd., 2009). Bu boyutlar, bireylerin dijital dünyada gezinirken göz önünde bulundurmaları gereken farklı yönleri anlamak için bir çerçeve sağlar. Dijital vatandaşlığın boyutları, bu kavramın çok yönlü doğasını anlamanın önemli bir yönüdür. Literatüre göre dijital vatandaşlık birkaç temel boyut üzerinden anlaşılabilir (Ribble, 2011; Watkins ve Candler, 2010).

Dijital Erişim: Bu boyut, tüm bireylerin dijital dünyaya katılma fırsatına sahip olmasını sağlayarak dijital teknolojilere ve internete eşit erişimi ifade eder

(Ribble, 2011). Altyapının mevcudiyeti, uygun fiyatlı bağlantı ve dijital katılımın önündeki engellerin kaldırılması gibi konuları kapsar (Watkins ve Candler, 2010).

Dijital Okuryazarlık: Dijital okuryazarlık boyutu, dijital teknolojilerde etkin bir şekilde gezinmek ve bunları kullanmak için gerekli bilgi ve becerilerin geliştirilmesine odaklanır (Ribble, 2015). Bu, çevrim içi bilgilerin nasıl değerlendirileceğini, dijital ortamlarda etkili bir şekilde nasıl iletişim kurulacağını ve kişisel ve mesleki gelişim için dijital araçlardan nasıl yararlanılacağını anlamayı içerir (Solis ve Breakenridge, 2009).

Dijital İletişim: Bu boyut sosyal medya, e-posta ve mesajlaşma platformları gibi dijital iletişim kanallarının uygun ve sorumlu kullanımını ele alır (Ribble, 2011). Dijital görgü kuralları, netiquette ve dijital iletişimin bireyler ve topluluklar üzerindeki etkisinin farkındalığı gibi hususları kapsar (Kent ve Taylor, 2002).

Dijital Haklar ve Sorumluluklar: Dijital haklar ve sorumluluklar boyutu, kişinin dijital alandaki hak ve sorumluluklarını tanıması ve kullanmasına odaklanır (Ribble, 2015). Bu, bireysel gizlilik, fikri mülkiyet ve çevrimiçi güvenliğin anlaşılması ve korunmasının yanı sıra kişinin dijital bir vatandaş olarak yükümlülüklerini yerine getirmesini de içerir (Watkins ve Candler, 2010).

Dijital Ticaret: Dijital ticaret boyutu, çevrimiçi işlemler, e-ticaret ve dijital finansal faaliyetlerle ilişkili potansiyel riskler ve faydalar dahil olmak üzere dijital teknolojilerin finansal ve ticari yönlerini kapsar (Ribble, 2011).

Dijital Hukuk: Bu boyut, siber güvenlik, veri koruma ve dijital suçların önlenmesi gibi dijital faaliyetleri yöneten yasal ve etik ilkeleri ele almaktadır (Watkins ve Candler, 2010). Güvenli ve sorumlu bir dijital ortamı sürdürmek için bu ilkeleri anlamının ve bunlara bağlı kalmanın önemini vurgular (Ribble, 2015).

Dijital Sağlık ve Zindelik: Dijital sağlık ve zindelik boyutu, dijital çağda bireylerin fiziksel, zihinsel ve duygusal refahına odaklanmaktadır (Ribble, 2011). Aşırı ekran süresinin etkisi, çevrimiçi bağımlılık ve dijital öz bakım ve farkındalık ihtiyacı gibi konuları kapsar (Einwiller ve Steilen, 2015).

Teknolojiyi Anlama: Bu boyut, temel bilgisayar becerileri, çevrimiçi platformlarda gezinme, arama motorlarını etkili bir şekilde kullanma ve içerik oluşturma dahil olmak üzere teknolojiyi etkili bir şekilde kullanma becerisini vurgular (Ribble vd., 2009). Ayrıca, teknolojinin yetenekleri ve sınırlılıklarına ilişkin eleştirel düşünmeyi de kapsayabilir.

Çevrimiçi Topluluklara Katılım: Bu boyut, çevrimiçi topluluklara olumlu ve yapıcı bir şekilde aktif olarak katılmaya odaklanmaktadır. Medeni söylemlerde bulunmayı, çevrimiçi tartışmalara saygılı bir şekilde katkıda bulunmayı ve dijital araçları olumlu sosyal değişim için kullanmayı içerir (Ribble vd., 2009). Ayrıca, çevrimiçi ortamda karşılaşılan bilgilere ilişkin eleştirel düşünmeyi ve güvenilir kaynakları yanlış bilgilerden ayırt etme becerisini teşvik eder.

Dijital vatandaşlık, birbiriyle ilişkili çeşitli boyutları olan karmaşık bir kavramdır. Bu boyutlar, bireylerin teknolojinin sorumlu ve etik kullanıcıları olmaları için bir yol haritası sunarak daha olumlu ve kapsayıcı bir dijital toplumu teşvik etmektedir (Isman ve Gungoren, 2014). Bu boyutların anlaşılması, bireylerin çevrimiçi alanlarda güvenli bir şekilde gezinmelerini, anlamlı bir şekilde katkıda bulunmalarını ve teknolojiden olumlu amaçlar için yararlanmalarını sağlayabilir.

1.15.4 Dijital Vatandaşlığın Önemi

Dijital okuryazarlığın giderek daha fazla önemli hale gelmesiyle birlikte dijital vatandaşlığın da önemi her geçen gün artmaktadır. Dijital teknoloji birçok yeniliği beraberinde getirirken, aynı zamanda yeni riskler ve zorlukları da içermektedir. Söz konusu zorlukların üstesinden gelmek ancak dijital vatandaşlık bilinci ve becerisi sayesinde mümkün olabilmektedir (Tutar, vd., 2024).

Dijital ortam gelişmeye devam ettikçe, halkla ilişkiler profesyonellerinin ve kuruluşlarının paydaşlarıyla etik, sorumlu ve katılımcı bir şekilde etkileşim kurma becerileri giderek daha kritik hale gelmiştir (Choi, 2016; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital vatandaşlık "uygun, sorumlu ve güçlendirilmiş teknoloji kullanımı normlarını" ifade eder (Choi vd., 2018). Dijital okuryazarlık, dijital görgü kuralları, dijital haklar ve sorumluluklar, dijital iletişim ve dijital erişim gibi bir dizi yeterliliği kapsar (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008). Bu yeterlilikler, halkla ilişkiler uygulayıcılarının dijital dünyada etkili bir şekilde gezinmeleri ve paydaşlarıyla anlamlı, güvene dayalı ilişkiler kurmaları için gereklidir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital halkla ilişkiler bağlamında, dijital vatandaşlık birkaç nedenden ötürü çok önemlidir.

İlk olarak, halkla ilişkiler profesyonellerinin paydaşlarıyla saygılı, etik ve şeffaf bir şekilde etkileşim kurmasını sağlar (Choi, 2016; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Bu, çevrimiçi etkileşimlerin ve dijital iletişimin birincil etkileşim aracı haline geldiği ve yanlış bilgilendirme, gizlilik ihlalleri ve etik olmayan uygulama

potansiyelinin yüksek olduğu bir çağda özellikle önemlidir (Bowen, 2013; Mossberger vd., 2008).

İkinci olarak, dijital vatandaşlık, etkili halkla ilişkiler stratejileri için gerekli olan dijital ortamda bir topluluk ve iş birliği duygusunu teşvik eder (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008). Halkla ilişkiler uzmanları dijital vatandaşlık sergileyerek paydaşlarıyla güven, güvenilirlik ve güçlü ilişkiler kurabilir ve nihayetinde dijital halkla ilişkiler çalışmalarının erişimini ve etkisini artırabilir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Üçüncüsü, dijital vatandaşlık, kuruluşlar ve halkla ilişkiler stratejileri için giderek daha önemli hale gelen kurumsal sosyal sorumluluk ve etik iş uygulamalarına yapılan vurguyla uyumludur (Choi, 2016; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Halkla ilişkiler uzmanları, dijital vatandaşlığı benimseyerek daha sorumlu ve sürdürülebilir bir dijital ekosistemin geliştirilmesine katkıda bulunabilir ve bu da bir kuruluşun itibarını ve rekabet avantajını artırabilir (Bowen, 2013; Mossberger vd., 2008).

Dijital yeterlilik, dijital halkla ilişkilerin etkili ve sorumlu bir şekilde uygulanmasında kritik bir bileşendir. Dijital teknolojileri ve medyayı iş, boş zaman, katılım, öğrenme ve sosyal faaliyetler için bilinçli, özerk ve yaratıcı bir şekilde kullanmak için gereken bilgi, beceri ve tutumları ifade eder (Ferrari, 2012).

Dijital halkla ilişkilerde dijital yeterliliğin önemi şu şekilde özetlenebilir:

Teknolojik Yeterlilik: Dijital halkla ilişkiler, uygulayıcıların çok çeşitli dijital araçlar, platformlar ve yazılımlar arasında gezinebilmesi ve bunları etkili bir şekilde kullanabilmesi gerektiğinden, yüksek düzeyde teknolojik yeterlilik gerektirir (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital yetkinlik, halkla ilişkiler profesyonellerinin en son teknolojik gelişmelerden haberdar olmalarını, potansiyel uygulamalarını anlamalarını ve dijital iletişim ve katılım stratejilerini geliştirmek için bunlardan yararlanmalarını sağlar (Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Veri Odaklı Karar Alma: Dijital ortam, halkla ilişkiler profesyonellerinin bilinçli kararlar almak ve etkili dijital halkla ilişkiler stratejileri geliştirmek için toplayabilmesi, analiz edebilmesi ve yorumlayabilmesi gereken büyük miktarda veri üretmektedir (Bowen, 2013; Choi, 2016). Dijital yetkinlik, uygulayıcıları dijital verileri toplama, yönetme ve analiz etmenin yanı sıra bu içgörülerini eyleme

geçirilebilir planlara ve taktiklere dönüştürmek için gerekli becerilerle donatır (Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

İçerik Oluşturma ve Küratörlük: Etkili dijital halkla ilişkiler, hedef kitlelerde yankı uyandıran yüksek kaliteli dijital içerik oluşturma, küratörlüğünü yapma ve dağıtma becerisi gerektirir (Bowen, 2013; Choi, 2016). Dijital yeterlilik, uygulayıcıların görsel olarak çekici, ilgi çekici ve dijital platformlar için optimize edilmiş içerikler geliştirip paylaşımlarını sağlayarak dijital halkla ilişkiler çalışmalarının erişimini ve etkisini artırır (Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Dijital İletişim ve Katılım: Dijital ortam, halkla ilişkiler profesyonellerinin paydaşlarıyla iletişim ve etkileşim kurma biçimlerini dönüştürmüştür (Bowen, 2013; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital yetkinlik, uygulayıcıların çeşitli dijital kanallarda ve platformlarda etkili bir şekilde gezinmesine ve bunlardan yararlanmasına olanak tanıyarak kitleleriyle anlamlı, duyarlı ve şeffaf etkileşimleri teşvik eder (Choi, 2016; Mossberger vd., 2008).

Etik ve Sorumlu Dijital Uygulamalar: Dijital ortam gelişmeye devam ettikçe, halkla ilişkiler profesyonellerinin özellikle veri gizliliği, dijital güvenlik ve çevrimiçi itibar yönetimi gibi alanlarda etik ve sorumlu uygulamaları sürdürmeleri çok önemlidir (Bowen, 2013; Choi vd., 2018).

Dijital yeterlilik, uygulayıcıları dijital dünyada etik, uyumlu ve kuruluşlarının ve paydaşlarının çıkarlarıyla uyumlu bir şekilde hareket edebilecek bilgi ve becerilerle donatır (Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Özetle, dijital yeterlilik, etkili ve sorumlu dijital halkla ilişkilerin kritik bir belirleyicisidir. Halkla ilişkiler uzmanları, dijital yeterliliklerini geliştirerek ve sürekli iyileştirerek dijital teknolojilerin tüm potansiyelini ortaya çıkarabilir, bilgiye ve veriye dayalı kararlar alabilir, ilgi çekici içerikler oluşturabilir, anlamlı paydaş etkileşimlerini teşvik edebilir ve etik dijital uygulamaları sürdürebilir (Bowen, 2013; Choi, 2016; Mossberger vd., 2008; Vijeikis ve Makštutis, 2021). Dijital halkla ilişkiler bağlamında dijital yetkinliğin rolünü anlamak, daha etkili ve tesirli dijital iletişim stratejileri geliştirmek için elzemdir. Dijital vatandaşlık, dijital halkla ilişkilerin etkili ve sorumlu bir şekilde uygulanmasında kritik bir faktördür. Halkla ilişkiler uzmanları, dijital vatandaşlık yetkinliklerini geliştirerek paydaşlarıyla etik, katılımcı ve dijital ortamın değişen ihtiyaç ve beklentileriyle uyumlu bir şekilde etkileşim kurabilir (Choi, 2016; Vijeikis ve Makštutis, 2021).

Sonuç olarak, dijital halkla ilişkilerde dijital vatandaşlığın rolünü anlamak, daha etkili ve tesirli dijital iletişim stratejileri geliştirmek için elzemdir.

Dijital çağ yaşama, çalışma ve etkileşim biçimlerimizi dönüştürdü. Teknoloji hayatımızın neredeyse her alanına nüfuz ediyor ve bu da dijital vatandaşlığı bu yeni manzarada gezinmek için kritik bir beceri haline getiriyor. Dijital vatandaşlık, çeşitli beceri, tutum ve davranışları kapsayan teknolojinin sorumlu ve etik kullanımını kapsar (Ribble vd., 2009). Dijital çağda dijital vatandaşlığın önemi yadsınamaz, zira gelişen dijital ortamda gezinmek ve bu ortamı şekillendirmek için kritik bir çerçeve görevi görmektedir (Ribble, 2011; Watkins ve Candler, 2010).

Dijital Eşitlik ve Kapsayıcılığın Teşvik Edilmesi: Dijital vatandaşlık, dijital teknolojilere ve internete eşit erişim sağlamanın, dijital uçurumlar sorununu ele almanın ve dijital içermeyi teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır (Ribble, 2015). Bu, tüm bireylerin dijital teknolojilerin sunduğu fırsatlara katılabileceği ve bunlardan faydalanabileceği daha eşitlikçi ve erişilebilir bir dijital ortam yaratmak için çok önemlidir (Watkins ve Candler, 2010).

Dijital Okuryazarlığın Geliştirilmesi: Dijital vatandaşlık çerçevesi, bireylerin dijital dünyada etkin bir şekilde gezinebilmeleri için gerekli bilgi ve becerileri geliştirmeleri gerektiğinin altını çizmektedir (Ribble, 2011). Bu, dijital çağın karmaşıklıklarında gezinmek için gerekli olan eleştirel düşünme, problem çözme ve çevrimiçi bilgileri değerlendirme becerisini içerir (Solis ve Breakenridge, 2009).

Sorumlu Dijital Davranışın Teşvik Edilmesi: Dijital vatandaşlık, dijital teknolojilerin sorumlu ve etik kullanımını teşvik ederek dijital görgü kurallarının, siber güvenliğin ve bireysel gizlilik ve verilerin korunmasının önemini vurgular (Ribble, 2015). Bu, bireylerin ve kuruluşların birbirleriyle yapıcı bir şekilde etkileşime girebilecekleri daha güvenli ve daha saygılı bir dijital ortam yaratılmasına yardımcı olur (Kent ve Taylor, 2002).

Dijital İletişim ve İşbirliğinin Geliştirilmesi: Dijital vatandaşlık çerçevesi, dijital çağda anlamlı bağlantılar kurmak ve iş birliğini teşvik etmek için çok önemli olan etkili ve uygun dijital iletişimin önemini vurgular (Ribble, 2011). Bu, dijital iletişimin nüanslarını anlamayı, kişinin dijital ayak izini yönetmeyi ve kişiler arası ve kurumsal etkileşimleri geliştirmek için dijital araçlardan yararlanmayı içerir (Einwiller ve Steilen, 2015).

Dijital Sivil Katılımı Teşvik Etmek: Dijital vatandaşlık, bireyleri dijital kamusal alana aktif olarak katılmaya, dijital haklarını ve sorumluluklarını kullanmaya teşvik eder (Ribble, 2015). Bu, çevrimiçi tartışmalara katılmayı, dijital topluluklara katkıda bulunmayı ve sosyal ve siyasi amaçları savunmak için dijital teknolojileri kullanmayı içerir (Watkins ve Candler, 2010).

Dijital İnovasyon ve Girişimciliğin Etkinleştirilmesi: Dijital vatandaşlık çerçevesi, dijital alanın yasal, finansal ve ticari yönlerini anlamak için bir temel sağladığından dijital inovasyon ve girişimciliğin gelişimini de destekleyebilir (Ribble, 2011). Bu da bireyleri ve kuruluşları dijital ekonomide daha etkin bir şekilde yol almaları ve dijital teknolojilerin dönüştürücü potansiyelinden faydalanmaları için güçlendirebilir (Solis ve Breakenridge, 2009).

Dijital vatandaşlık, bireyleri kötü amaçlı yazılım, kimlik avı dolandırıcılığı ve siber zorbalık gibi çevrimiçi tehditlere karşı kendilerini koruyacak bilgi ve becerilerle donatır. Sorumlu veri paylaşımı uygulamaları ve çevrimiçi güvenlik önlemlerine ilişkin farkındalık, kişisel bilgilerin sürekli olarak değiş tokuş edildiği bir dünyada elzem hale gelmektedir (Weller, 2012). Dijital dünya bilgiye doymuş durumdadır. Dijital vatandaşlık, eleştirel düşünme becerilerini geliştirerek bireylerin çevrimiçi bilgileri etkili bir şekilde değerlendirmelerine, güvenilir kaynakları belirlemelerine ve gerçeği kurgudan ayırt etmelerine olanak tanır (Ribble vd., 2009). Bu, bilinçli karar verme sürecini güçlendirir ve yanlış bilginin yayılmasıyla mücadeleye yardımcı olur. Dijital vatandaşlık, saygılı iletişimi teşvik etmek ve siber zorbalıktan kaçınmak da dahil olmak üzere sorumlu çevrimiçi davranışı teşvik eder. Bu, iş birliğine ve anlamlı etkileşimlere elverişli daha olumlu ve kapsayıcı bir çevrimiçi ortam yaratır (Bennett ve Matteson, 2008). Dijital vatandaşlık, bireyleri kişisel gelişim, öğrenme ve olumlu sosyal değişim için teknolojiden etkin bir şekilde yararlanma becerileriyle donatır. Çevrimiçi topluluklara aktif ve sorumlu katılımı teşvik eder, sivil katılımı destekler ve önemli konularda sesleri yükseltir (Warschauer ve Reynolds, 2004). Dijital vatandaşlık ilkeleri, dijital uçurumun kapatılmasını ve herkes için teknolojiye eşit erişim sağlanmasını teşvik eder. Bu, herkesin anlamlı bir şekilde katılabileceği ve bakış açılarıyla katkıda bulunabileceği daha kapsayıcı bir çevrimiçi alanı teşvik eder (Weller, 2012). Dijital vatandaşlık artık bir lüks değil; günümüzün dijital dünyasında bir gerekliliktir. Güvenliği teşvik ederek, sorumlu çevrimiçi davranışları destekleyerek ve bireyleri olumlu katkıda bulunmaları için

güçlendirerek, dijital vatandaşlık herkes için daha güvenli, kapsayıcı ve zenginleştirici bir dijital deneyimin yolunu açar. Genel olarak, dijital çağda dijital vatandaşlığın önemi, bireyleri güçlendirme, sorumlu dijital davranışları teşvik etme ve daha kapsayıcı, eşitlikçi ve işbirlikçi bir dijital ortam yaratma becerisinde yatmaktadır (Ribble, 2015).

3.1.4.1. Bireyler Topluluklar ve Kurumlar İçin Çıkarımlar

Dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkiler uygulamalarına entegre edilmesi bireyler, topluluklar ve kurumlar için önemli sonuçlar doğurabilir (Mossberger vd., 2008).

Bireyler için Çıkarımlar: Bireysel düzeyde, dijital vatandaşlığın dijital halkla ilişkilere dahil edilmesi paydaşları güçlendirebilir ve daha fazla katılımı teşvik edebilir. Halkla ilişkiler uzmanları dijital erişimi sağlayarak, dijital okuryazarlığı teşvik ederek ve dijital güvenlik ve emniyete öncelik vererek bireylerin dijital dünyaya daha aktif ve anlamlı bir şekilde katılmalarını sağlayabilir (Ribble, 2015). Bu da kişisel eylemliliğin artmasına, dijital becerilerin gelişmesine ve daha güçlü bir dijital özerklik duygusuna yol açabilir. Ayrıca, dijital görgü kuralları ile dijital hak ve sorumluluklara yapılan vurgu, bireylerin dijital ayak izleri ve çevrimiçi davranışları çevreleyen etik hususlar hakkında daha incelikli bir anlayış geliştirmelerine yardımcı olabilir. Bu da eylemlerinin ve dijital ekosistem üzerindeki etkilerinin farkında olan sorumlu dijital vatandaşların yetişmesine katkıda bulunabilir.

Topluluklar için Çıkarımlar: Topluluk düzeyinde, dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkilere entegre edilmesi daha fazla sosyal uyumu ve dijital katılımı teşvik edebilir (Mossberger vd., 2008). Halkla ilişkiler uzmanları, dijital erişimin önündeki engelleri ele alarak ve dijital okuryazarlığı geliştirmek için kaynaklar sağlayarak dijital uçurumun kapatılmasına yardımcı olabilir ve bir topluluğun tüm üyelerinin dijital iletişime ve katılıma katılabilmesini ve bunlardan faydalanabilmesini sağlayabilir. Ayrıca, dijital görgü kurallarının teşvik edilmesi ve dijital hak ve sorumlulukların korunması daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir dijital topluluğun gelişimine katkıda bulunabilir. Bu, marjinalleştirilmiş veya yeterince temsil edilmeyen grupların söz sahibi olmasını ve dijital kaynaklara erişimini sağlayabilir ve nihayetinde topluluk düzeyinde dijital vatandaşlığı geliştirebilir.

Kurumlar için Çıkarımlar: Kurumsal düzeyde, dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkilere dahil edilmesi, kuruluşlar ve uzun vadeli sürdürülebilirlikleri için derin etkilere sahip olabilir (Ribble, 2015). Kurumlar dijital vatandaşlığa bağlılıklarını göstererek itibarlarını artırabilir, paydaşları nezdinde güven inşa edebilir ve kendilerini sorumlu ve etik dijital vatandaşlar olarak konumlandırabilirler. Ayrıca, dijital sağlık ve zindeliğe yapılan vurgu, kurumların daha dengeli ve üretken bir dijital çalışma ortamını teşvik etmelerine yardımcı olarak çalışanların refahının ve potansiyel olarak kurumsal performansın artmasına yol açabilir. Ek olarak, dijital vatandaşlık ilkelerinin entegrasyonu, kurum içinde dijital teknolojilerin sorumlu ve hesap verebilir bir şekilde kullanılmasını sağlayarak sağlam dijital yönetim çerçevelerinin geliştirilmesini sağlayabilir.

Dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkilere entegre edilmesi bireyler, topluluklar ve kurumlar için geniş kapsamlı sonuçlar doğurabilir ve daha kapsayıcı, eşitlikçi ve sürdürülebilir bir dijital ekosistemin yaratılmasına katkıda bulunabilir (Mossberger vd., 2008). Son olarak, dijital sağlık ve zindeliğe yapılan vurgu, kurumların daha dengeli ve üretken bir dijital çalışma ortamı geliştirmesine yardımcı olarak çalışanların refahının ve potansiyel olarak kurumsal performansın artmasına yol açabilir. Genel olarak, dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkilere entegre edilmesi, bireyleri güçlendirmek, daha kapsayıcı ve eşitlikçi toplulukları teşvik etmek ve kurumları sorumlu ve etik dijital vatandaşlar olarak konumlandırmak gibi geniş kapsamlı sonuçlar doğurabilir.

1.15.5 Dijital Okuryazarlık ve Beceriler

Dijital beceriler, dijital içeriği kullanma, erişme, filtreleme, değerlendirme, oluşturma, programlama ve paylaşma yeteneğini içermektedir. Kişiler bilgiyi, içeriği, verileri ve dijital kimlikleri yönetebilmelidirler. Ek olarak yazılımları, yapay zekayı tanıyabilmeli ve etkileşim kurabilmelidirler (European Commission, 2019). Dijital teknolojilerin sunduğu imkanlardan yararlanabilmek ve hizmet maliyetlerini önemli ölçüde azaltmak amacıyla çevrimiçi sorumluluk ve iş yapabilme becerisi dijital vatandaşlığın bilinç ve beceri düzeyini belirlemektedir (Tutar vd., 2024). Küresel bilgi toplumunun gelişimi ve bilgi iletişim teknolojilerinin hızlı entegrasyonu, istihdam ve topluma katılım için gerekli dijital becerilerin edinilmesini zorunlu kılmaya başlamıştır. Buna ek olarak iş sektörlerindeki değişimlerle birlikte dijital ortamda bilgiyi arama ve değerlendirme,

problem çözmeye, bilgi alışverişi ya da fikir geliştirme gibi 21. yüzyıl becerileri bu bağlamda temel olarak algılanmaktadır. Dijital beceri literatürü çoğunlukla 21. yüzyıl beceri çalışmalarının ortaya koyduğu geniş çaptaki çalışmaları kapsamaktadır (Van Laar vd., 2017).

Van Laar ve diğerleri (2017) 21. yüzyıl becerilerinden yola çıkarak oluşturdukları dijital becerileri şu şekilde sıralamıştır:

Dijital bilgi becerileri: Bilgi işlem teknolojilerinin sebep olduğu bilgi çokluğu, dijital ortamlarda bilgiyi arama, değerlendirme ve organize etme becerilerini gerektirmektedir.

İletişim dijital becerileri: Bilgi işlem teknolojileri sayesinde artık bireyler birbiri ve geniş kitlelerle hızlı ve etkili şekilde kısa sürede iletişim kurabilmekte ve bilgi paylaşımı yapabilmektedir. İnsanlar kuruluşlar ve çevrimiçi topluluklarda kendini ifade etmeye teşvik edilmektedir. Kişilerin birbiri ile iletişim kurma iletişim kurma, bu bağlantıları sürdürme ve çevrimiçi içerik ve medyayı kendi bağlantılarıyla paylaşma becerilerine ihtiyaçları vardır.

İş birliği dijital becerileri: WhatsApp, Skype, Zoom gibi uygulamalar üzerinden anında fikir, bilgi ve deneyim paylaşımı, aynı dosya üzerinde çalışma gibi imkanlar bulunmaktadır. Kişilerin kısıtlı fiziksel ortamın ötesinde başkalarıyla bağlantı kurma ve iş birliği yapma becerilerine ihtiyaçları vardır.

Eleştirel düşünme dijital becerileri: Dezenformasyon ve sahte haber çağında çevrimiçi içeriklerin eleştirel bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. İnsanların onun doğasını ve kaynağını anlaması önemli görülmektedir. Odak nokta ilgili mesajların kalitesidir. Gelen çevrimiçi bilgilerin hızla filtrelenmesi ve değerli bilgilerin alınması önemlidir.

Yaratıcı dijital beceriler: Web 2.0 teknolojisi, bireylerin içeriği yeni yollarla üretmesine ve paylaşmasına olanak tanır. Çevrimiçi içerik oluşturma, web günlüğü oluşturma ve fotoğraf ve video paylaşımı da dahil olmak üzere içerik oluşturmak için çevrimiçi alanların kullanılmasıdır. Kullanıcı tarafından gerçekleştirilen içerik oluşturma yaratıcı dijital beceri gerektirir.

Problem çözme dijital becerileri: Bilgi bolluğu olan toplumda sorunlar farklı açıdan ele alınıp birden fazla çözüm bulunabilir. Bu nedenle, kullanıcıların y sorunu formüle etmek ya da bir soruna en iyi çözümü belirlemek için stratejiler bulmak için çevrimiçi sorun çözme becerilerine ihtiyaçları vardır. Birden fazla

özüm bulma, alışılmadık sorunları çözme ve bilgiyi yeni durumlara aktarma becerilerine ihtiyaç duyarlar (Van Laar vd., 2017).

Dijital beceriler ekseninde okunabilecek bir kavram olarak dijital okuryazarlık kavramını ilk olarak 1997 yılında Gilster duyurmuştur. Dijital okuryazar öğrenciyi internette bulunan ve internette yer alan metin ve multimedya bilgilerine uygulanan belirli bir dizi bilgi becerisine (örneğin değerlendirme, arama) sahip olarak tanımlayarak bunu eğitimsel zeminde tanımlamıştır. Gilster'ın tanımından bu yana dijital okuryazarlık kavramı gelişmiş ve değışimlere uğramıştır (Meyers vd., 2013). Dijital okuryazarlık artık yalnızca yazılım kullanma veya dijital bir cihazı alıştırma becerisinden daha fazlasını içermektedir; kullanıcıların dijital ortamlarda etkili bir şekilde çalışabilmesi için ihtiyaç duyduğu çok çeşitli karmaşık bilişsel, motor, sosyolojik ve duygusal becerileri içinde barındırır (Eshet, 2004).

Meyers ve arkadaşları (2013) dijital okuryazarlığı üç perspektiften değerlendirmiştir.

Birinci perspektifte, dijital okuryazar birey, bir bilgi ihtiyacını (bilgi veya anlayışta araştırmayı teşvik eden bir boşluk) özmek için dijital kaynakları ne zaman ve nasıl etkili bir şekilde kullanacağını ve dijital belgelerin geçerlilik, uygunluk ve güvenilirlik açısından nasıl değerlendirileceğini bilir.

İkinci perspektifte, soyut zihinsel modellerin dijital içerik içeren etkinliklere uygulanmasını vurgulanmaktadır. Bu modeller çeşitli alanlardan gelir, ancak çoğu bilişseldir ve bireylerin bilgiyi kafada nasıl işlediğine odaklanır. Bu modeller problem çözme kapasitelerine odaklanır ve çok çeşitli durum ve bağlamlara uygulanabilecek kadar soyuttur.

Üçüncü perspektifte, dijital araçları ve medyayı içeren bir dizi uygulamaya katılım olarak görülmektedir. Burada dijital okuryazarlık ayrı becerilerin bir listesi yerine, teknolojinin sürekli değışen doğasını ve dijital vatandaşlardan gelişen beklentilerimizi tanıyan dijital bir toplumda yaşamak, öğrenmek ve çalışmak için bireylerin sahip olduğu genel yetenekler açısından ifade edilir (Meyers vd., 2013).

1.15.6 Dijital Dünyaya Uygulanan Vatandaşlık Teorileri

Dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkilere entegrasyonu, dijital alana uyarlanmış çeşitli vatandaşlık teorileri tarafından bilgilendirilebilir (Mossberger vd., 2008; Ribble, 2015).

Eleştirel Vatandaşlık Teorisi: Eleştirel vatandaşlık teorisi, geleneksel vatandaşlık kavramlarına meydan okumakta ve marjinalize edilmiş veya yeterince temsil edilmeyen grupların deneyimlerini vurgulamaktadır. Dijital alanda bu teori, dijital eşitsizliklerin ele alınması, dijital kapsayıcılığın teşvik edilmesi ve dijital kamusal alanda farklı seslerin güçlendirilmesi ihtiyacına dikkat çekmektedir. Eleştirel vatandaşlık teorisi, geleneksel vatandaşlık kavramlarına meydan okumakta ve marjinalize edilmiş veya yeterince temsil edilmeyen grupların deneyimlerini vurgulamaktadır (Isin ve Ruppert, 2015). Halkla ilişkiler uzmanları, dijital iletişim ve karar alma süreçlerine farklı bakış açılarının dahil edilmesi ve temsil edilmesini savunarak bu teoriyi uygulayabilir. Bu, yeterince temsil edilmeyen topluluklarla iş birliği yapmayı, seslerini yükseltmeyi ve dijital platformların ve girişimlerin onların ihtiyaçları ve deneyimleri göz önünde bulundurularak tasarlanmasını sağlamayı içerebilir.

Komüniteryen Vatandaşlık Teorisi: Toplulukçu vatandaşlık teorisi, bir topluluk içindeki vatandaşların kolektif sorumluluklarına ve görevlerine odaklanmaktadır (Isin ve Ruppert, 2015). Dijital alanda bu teori, bireylerin tüm topluluk üyeleri için olumlu ve kapsayıcı bir dijital ortam yaratma yükümlülüklerini kabul ettikleri dijital görgü kurallarının önemini vurgular. Halkla ilişkiler uzmanları bu teoriyi, saygılı, etik ve düşünceli çevrimiçi davranışı teşvik eden dijital görgü kuralları geliştirerek ve teşvik ederek uygulayabilir. Bu, paydaşların dijital nezaketin, çevrimiçi güvenliğin ve dijital teknolojilerin sorumlu kullanımının önemi konusunda eğitilmesini içerebilir.

Liberal Vatandaşlık Teorisi: Liberal vatandaşlık teorisi, dijital teknolojilere erişim ve kullanım hakkı da dahil olmak üzere bireysel hak ve özgürlükleri vurgulamaktadır (Isin ve Ruppert, 2015). Dijital bağlamda bu teori, bireylerin dijital haklarını kullanabilmeleri ve dijital kamusal alana tam olarak katılabilmeleri için eşit dijital erişimin sağlanmasının ve dijital okuryazarlığın teşvik edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Dijital alanda bu teori, bireylerin ifade özgürlüğü, mahremiyet ve bilgiye erişim gibi dijital haklarını kullanabilmeleri için eşit dijital erişimin sağlanmasının ve dijital okuryazarlığın teşvik edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Halkla ilişkiler uzmanları, dijital uçurumları ele alan ve yetersiz hizmet alan topluluklara dijital kamusal alana tam katılım için gerekli kaynakları ve altyapıyı sağlayan politikaları ve girişimleri savunarak bu teoriyi uygulayabilir.

Buna dijital erişimin, satın alınabilirliğin ve dijital becerilerin geliştirilmesinin teşvik edilmesi de dahildir.

Sivil Cumhuriyetçi Vatandaşlık Teorisi: Sivil cumhuriyetçi vatandaşlık teorisi sivil katılımı, aktif katılımı ve ortak iyinin peşinde olmayı vurgular. Dijital bağlamda bu teori, dijital vatandaşların dijital aktivizm, çevrimiçi sivil katılım ve dijital hak ve özgürlüklerin korunması gibi girişimler yoluyla sağlıklı bir dijital ekosistemin geliştirilmesine ve sürdürülmesine katkıda bulunma sorumluluğunu vurgulamaktadır (Isin ve Ruppert, 2015). Halkla ilişkiler uzmanları, çevrimiçi aktivizm, dijital gönüllülük ve kolektif sorun çözme için dijital teknolojilerin kullanımı gibi dijital sivil katılımı kolaylaştırarak ve teşvik ederek bu teoriyi uygulayabilir. Bu, dijital yurttaşlık görevi duygusunun geliştirilmesine yardımcı olabilir ve daha canlı ve ilgili bir dijital kamusal alanın yaratılmasına katkıda bulunabilir.

Bu vatandaşlık teorileri dijital dünyaya uygulandığında, dijital vatandaşlık ilkelerinin dijital halkla ilişkiler uygulamalarına entegre edilmesine rehberlik eden kapsamlı dijital vatandaşlık çerçevelerinin geliştirilmesini sağlayabilir (Mossberger vd., 2008). Halkla ilişkiler uzmanları, stratejilerini ve girişimlerini bu teorik perspektiflerle uyumlu hale getirerek daha kapsayıcı, eşitlikçi ve güçlendirilmiş bir dijital ekosistemin yaratılmasına katkıda bulunabilirler. Profesyoneller, bu vatandaşlık teorilerini dijital halkla ilişkiler stratejilerine dahil ederek, tüm bireylerin ve toplulukların aktif dijital vatandaşlar olarak katılabilecekleri ve gelişebilecekleri daha kapsayıcı, eşitlikçi ve güçlendirilmiş bir dijital ekosistemin oluşturulmasına katkıda bulunabilirler.

1.16 Dijital Yeterlilik

Dijital çağda dijital yeterlilik, teknoloji odaklı ortamların karmaşıklığında yol almak için gerekli temel bir beceri haline gelmiştir (Eshet-Alkalai, 2020). Dijital çağda dijital yeterlilik, bireylerin dijital ortamda etkin ve sorumlu bir şekilde gezinmelerini sağlayan bir dizi beceri, bilgi ve tutumu ifade etmektedir (Vuorikari vd., 2016; Ferrari, 2013). Dijital yeterlilik, birkaç temel bileşeni kapsayan çok yönlü bir kavramdır:

Dijital Okuryazarlık: Dijital yeterlilik, dijital bilgi ve teknolojilere erişme, bunları kullanma ve eleştirel olarak değerlendirme becerisini içeren dijital okuryazarlıkta güçlü bir temelle başlar (Gilster, 1997; Eshet-Alkalai, 2004). Bu,

bilgi alma, dijital içerik oluşturma ve çevrimiçi kaynakların güvenilirlik ve uygunluk açısından değerlendirilmesi gibi becerileri içerir (Vuorikari vd., 2016).

Dijital İletişim ve İş birliği: Dijital yeterlilik, dijital ortamlarda başkalarıyla etkili bir şekilde iletişim kurma, iş birliği yapma ve etkileşimde bulunma becerisini de kapsar (Ferrari, 2013). Bu, dijital iletişimin nüanslarını anlamayı, olumlu bir dijital varlığı sürdürmeyi ve kişiler arası ve kurumsal etkileşimleri geliştirmek için dijital araçlardan ve platformlardan yararlanmayı içerir (Einwiller ve Steilen, 2015).

Dijital Problem Çözme ve İnovasyon: Dijital yetkinlik, sorunları çözmek, bilinçli kararlar almak ve yeni fırsatları keşfetmek için dijital teknolojileri kullanma kapasitesini gerektirir (Vuorikari vd., 2016). Bu, hesaplamalı düşünme, veri analizi ve gelişen teknolojilere ve dijital trendlere uyum sağlama gibi becerileri içerir (Eshet-Alkalai, 2004).

Dijital Güvenlik ve Refah: Dijital yetkinlik aynı zamanda kişisel verilerin korunması, dijital kimliklerin yönetimi ve dijital ortamın potansiyel risk ve zorluklarının üstesinden gelme becerisi de dahil olmak üzere dijital güvenlik ve esenlik uygulamalarının anlaşılması ve uygulanmasını da kapsar (Ferrari, 2013; Ribble, 2015).

Dijital Vatandaşlık ve Sorumluluk: Dijital yetkinliğin özünde, dijital teknolojilerin etik ve sorumlu kullanımı, dijital yasa ve düzenlemelerin anlaşılması ve dijital kamusal alana yapıcı ve anlamlı bir şekilde katılma becerisi de dahil olmak üzere, kişinin dijital bir vatandaş olarak hak ve sorumluluklarının farkında olması yatmaktadır (Ribble, 2011; Watkins ve Candler, 2010).

Dijital yeterliliğin bu temel bileşenlerini geliştirerek bireyler dijital çağda güvenle yol alabilir, kişisel ve profesyonel yaşamlarını geliştirmek için dijital teknolojilerden etkili bir şekilde yararlanabilir ve daha kapsayıcı, eşitlikçi ve sorumlu bir dijital ekosistemin oluşturulmasına katkıda bulunabilirler (Vuorikari vd., 2016; Ferrari, 2013).

Dijital yeterlilik kavramı dijital uçurumu, teknolojiye erişimi olanlarla olmayanlar arasındaki uçurumu ve teknolojiyi etkili bir şekilde kullanma becerilerini vurgulamaktadır. Bu eşitsizliğin giderilmesi, dijital dünyaya eşit katılımın sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır (Warschauer ve Reynolds, 2004). Dijital okuryazarlığı teşvik etmeyi ve teknolojiye erişimi genişletmeyi amaçlayan girişimler bu uçurumu kapatabilir ve bireyleri dijital çağa tam olarak katılmaları için güçlendirebilir. Dijital yeterlilik artık bir lüks değil;

dijital çağda başarı ve aktif katılım için bir gerekliliktir. Bireyler, kapsamlı bir dijital beceri yelpazesi geliştirerek, teknoloji odaklı bir dünyada öğrenme, iletişim, problem çözme ve katılım fırsatlarının kilidini açabilirler.

1.16.1 Dijital Yeterliliğin Tanımı ve Kavramsallaştırılması

Dijital yeterliliğin tanımı ve kavramsallaştırılması, dijital çağda başarılı olmak için gereken temel beceri ve yetenekleri anlamak için bir çerçeve sağladığından, kritik bir araştırma ve söylem alanıdır (Ferrari, 2013; Vuorikari vd., 2016). Dijital yeterlilik genel olarak bireylerin dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanmalarını ve bunlarla etkileşim kurmalarını sağlayan bilgi, beceri, tutum ve davranışlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Ferrari, 2013; Carretero vd., 2017). Bu, dijital okuryazarlık, iletişim ve iş birliği, problem çözme ve dijital vatandaşlık gibi çok çeşitli yetkinlikleri kapsamaktadır (Ribble, 2011; Eshet-Alkalai, 2004). Dijital yeterliliğin çeşitli boyutlarını ifade etmek için çeşitli kavramsal çerçeveler geliştirilmiştir. En yaygın olarak kabul görenlerden biri, Avrupa Komisyonu tarafından geliştirilen ve dijital yetkinliğin beş temel alanını özetleyen DigComp çerçevesidir; bilgi ve veri okuryazarlığı, iletişim ve iş birliği, dijital içerik oluşturma, güvenlik ve problem çözme (Vuorikari vd., 2016; Carretero vd., 2017).

Dijital yeterlilik genellikle yalnızca teknik becerileri değil aynı zamanda bilişsel, sosyal ve etik boyutları da kapsayan çok boyutlu bir yapı olarak görülmektedir (Eshet-Alkalai, 2004; Gilster, 1997). Bu bütüncül yaklaşım, etkili dijital katılımın teknik yeterlilik, eleştirel düşünme ve sorumlu davranışın bir kombinasyonunu gerektirdiğini kabul etmektedir (Ferrari, 2013; Ribble, 2015). Dijital yeterliliğin kavramsallaştırılması da bağlama bağlı ve dinamik olarak kabul edilmektedir, zira gerekli olan belirli beceri ve bilgiler bireysel, kurumsal ve toplumsal ihtiyaçlara göre değişebilmektedir (Vuorikari vd., 2016; Carretero vd., 2017). Dijital teknolojiler ve toplumsal normlar geliştikçe, dijital yeterliliğin tanımı ve değerlendirilmesi de buna göre uyarlanmalıdır.

Hızla değişen dijital ortam göz önüne alındığında, dijital yeterliliğin geliştirilmesi ve sürdürülmesinin, bireylerin teknolojik ilerlemelere ve toplumsal değişikliklere ayak uydurmak için bilgi, beceri ve tutumlarını sürekli olarak güncellemelerini gerektiren devam eden bir süreç olduğu anlaşılmaktadır (Ferrari, 2013; Ribble, 2015). Araştırmacılar, politika yapıcılar ve uygulayıcılar kapsamlı ve dinamik bir dijital yetkinlik anlayışı ortaya koyarak dijital okuryazarlığı teşvik

etmek, sorumlu dijital vatandaşlığı desteklemek ve bireylerin ve kuruluşların dijital çağda başarılı olmalarını sağlamak için daha etkili stratejiler geliştirebilirler (Vuorikari vd., 2016; Carretero vd., 2017). Dijital çağ, teknolojinin hayatımızın neredeyse her alanına nüfuz ettiği bir paradigma değişimine yol açmıştır. Bu gelişen manzaraya ayak uydurmak, dijital yetkinliğin geliştirilmesini gerektirmektedir. Tanımlar biraz farklılık gösterse de dijital yeterlilik genel olarak kişinin hedeflerine ulaşmak için teknolojiyi etkili, eleştirel ve sorumlu bir şekilde kullanma becerisi olarak anlaşılabilir (Eshet-Alkalai, 2020). Bu, yalnızca teknik yeterliliğin ötesine geçerek dijital dünyada gezinmek için çok yönlü bir beceri setini kapsar.

Dijital okuryazarlık ve dijital yeterlilik kavramlarının birçok noktada benzerlik göstermekte olduğu ve birbirlerinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Dijital yeterlilik sıklıkla günümüz toplumunda insanların sahip olması gereken becerileri ifade etmekte kullanılırken; dijital okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığının entegrasyonu olarak tanımlanmaktadır (Zhao vd., 2021). Gallardo-Echenique ve arkadaşları (2015) yaptığı çalışmada iki kavramı karşılaştırarak maddeler halinde açıklamaya çalışmıştır.

Tablo 1.1. Dijital yeterlilik ve dijital okuryazarlık karşılaştırması
(Gallardo-Echenique vd., 2015).

Dijital Yeterlilik	Dijital Okuryazarlık
Dijital çağın istihdam edilebilirlik gereksinimi.	Dijital çağda değişen öğrenme paradigmasının kavramsallaştırılması.
Kelime işlem ve e-posta vb. Dahil olmak üzere günümüzün bazı bilgisayar uygulamalarında yeterliliği ifade eden bir beceri çağrışımı.	Öğrenme ve iletişime deiktik yaklaşımlar.
Dijital teknolojileri iş, eğlence ve eğitime uygulamak için gerekli yetenekler bütünü.	Güçlü görüntüler, sesler ve kelimelerden oluşan bir kültürde anlamı anlamak, üretmek ve müzakere etmek için dijital çağda ihtiyaç duyulan anlayışlar dizisi.
Dijital çağda insanların sahip olması gereken beceriler.	Bireylerin öncelikle hayatta kalmalarını ve ikinci olarak çevrimiçi ortam karşılaşmalarında daha etkili olmalarını sağlayacak becerilerin, farkındalıkların ve anlayışların mevcut olduğu varsayımı.
Başkalarıyla iletişim kurma ve tüm medyadaki çok çeşitli metinleri ele alma becerileri.	Teknik-prosedürel, bilişsel ve duygusal-sosyal becerilerin bir kombinasyonu.

Tablo 1.1 (devam). Dijital yeterlilik ve dijital okuryazarlık karşılaştırılması (Gallardo-Echenique vd., 2015).

Üç ana kategoriye kapsayan bir dizi yetenek(bilgi ve beceri yeterlilikleri); BİT.	Farkındalık, güven, değerlendirme, uyum sağlama, dijital çağın zorluklarını karşılamaya yönelik isteklilik süreçleri.
Gözlemlenebilir sonuçlara ulaşmak için bilgi beceri ve tutumları uygulama becerisi; değerlendirme ölçekleri aracılığıyla ölçülebilir performans.	Bilgisayarlar aracılığıyla sunulduğunda çok çeşitli kaynaklardan gelen çeşitli formlardaki bilgileri anlama ve kullanma becerisi.
Bilgi toplumu teknolojisinin iş, eğlence ve eğitim için güvenli ve eleştirel kullanımı.	Kullanıcıların etkili bir şekilde çalışabilmesi için ihtiyaç duyduğu karmaşık bilişsel, motor, sosyolojik ve duygusal beceriler.
BİT'teki temel becerilerle desteklenir; bilgiyi almak, değerlendirmek, depolamak, üretmek, sunmak, iletişim kurmak ve işbirlikçi ağlara katılmak için bilgisayarların kullanılması.	Dijital araçları uygun şekilde kullanmak ve bu süreci yansıtmak için gereken tutum ve beceriler.

1.16.2 Dijital Yeterliliğin Boyutları

Teknolojiyi etkili, eleştirel ve sorumlu bir şekilde kullanma becerisini kapsayan dijital yeterlilik, çok boyutlu bir mercekla anlaşılabilir (Eshet-Alkalai, 2020). Dijital yeterliliğin boyutları çok yönlüdür ve çeşitli beceri, bilgi ve tutumları kapsar (Ferrari, 2013; Vuorikari vd., 2016). Aşağıda dijital yeterliliğin temel boyutları yer almaktadır:

a) Bilgi Değerlendirme ve Analizi: Bu boyut, çevrimiçi ortamda karşılaşılan bilgilerin güvenilirliğini, doğruluğunu ve önyargısını değerlendirme becerisine odaklanmaktadır. Kaynak doğrulama tekniklerini anlamayı, mantıksal yanlışları tespit etmeyi ve bilgileri güvenilir kaynaklarla çapraz referanslandırmayı içerir (Eshet-Alkalai, 2020).

b) Bilgi Arama ve Geri Getirme: Bu boyut, çeşitli çevrimiçi veri tabanlarını, arama motorlarını ve dijital araçları kullanarak etkili bir şekilde bilgi arama becerisini vurgular (Ferrari, 2013). İlgili arama sorgularının formüle edilmesini, arama sonuçlarının eleştirel bir şekilde değerlendirilmesini ve güvenilir kaynakların belirlenmesini içerir.

c) Dijital Gizlilik ve Veri Koruma: Bu boyut, çevrimiçi gizliliği yönetme ve kişisel verileri koruma becerisine odaklanmaktadır. Veri gizliliği politikalarını anlamayı, çevrimiçi profilleri yönetmeyi ve kişinin çevrimiçi paylaştığı bilgilerden sorumlu olmasını içerir (Ferrari, 2013). Kötü amaçlı yazılım, kimlik avı

dolandırıcılığı ve siber zorbalık gibi çevrimiçi tehditleri anlamayı vurgular. Güçlü parolalar oluşturma, güvenli tarama alışkanlıkları uygulama ve kişisel bilgileri çevrimiçi ortamda koruma gibi becerileri içerir (Eshet-Alkalai, 2020).

d) *Dijital İçerik Oluşturma*: Bu boyut, metin, resim, video ve multimedya gibi çeşitli dijital içerik biçimlerini oluşturma, düzenleme ve üretme becerisini içerir (Eshet-Alkalai, 2004; Ferrari, 2013). Dijital medya üretimi, programlama ve fikri mülkiyetin etik ve sorumlu kullanımı ile ilgili becerileri içerir (Vuorikari vd., 2016; Carretero vd., 2017).

e) *Güvenlik ve Refah*: Bu boyut, kişisel verilerin korunması, dijital kimliklerin yönetimi ve dijital ortamın potansiyel riskleri ve zorlukları arasında gezinme becerisi de dahil olmak üzere dijital güvenlik ve refah uygulamalarının anlaşılması ve uygulanmasını kapsar (Ribble, 2015; Ferrari, 2013).

f) *İletişim ve İş birliği*: Bu boyut, çevrimiçi ortamlarda başkalarıyla etkili bir şekilde iş birliği yapma becerisine odaklanır. Çevrimiçi görgü kuralları, dijital platformlar arasında etkili iletişim ve paylaşılan çevrimiçi kaynakları kullanarak ekip çalışması gibi becerileri içerir (Ferrari, 2013). Netiquette, dijital kimlik yönetimi ve etkili çevrimiçi iletişim ve ekip çalışması için dijital araç ve platformların kullanımı gibi becerileri kapsar (Einwiller ve Steilen, 2015; Watkins ve Candler, 2010).

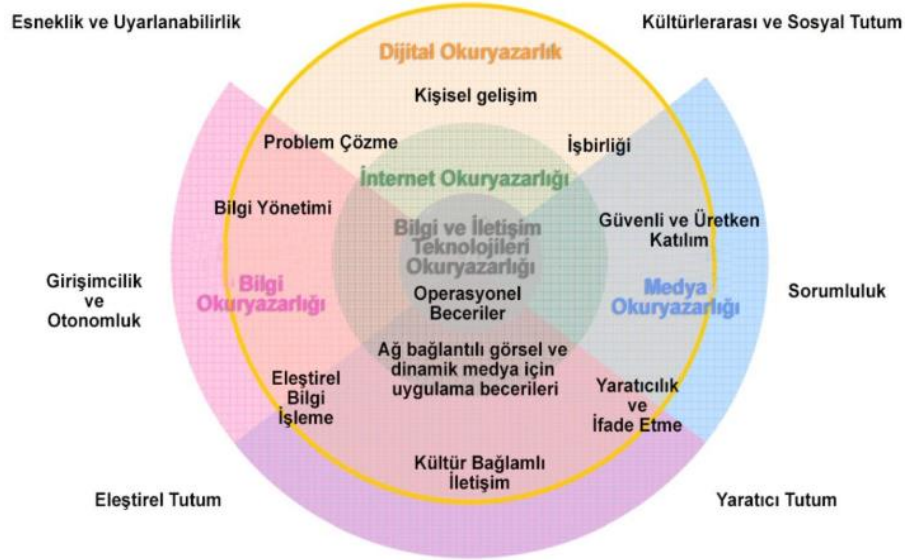
g) *Problem Çözme ve Eleştirel Düşünme*: Bu boyut, dijital araçlar ve yazılımlarla karşılaşılan teknik sorunları tespit etme ve çözme becerisini vurgular. Sorunları teşhis etmek, çözümleri uygulamak ve yeni teknolojilere uyum sağlamak için eleştirel düşünme becerilerini uygulamayı içerir (Ferrari, 2013). Çevrimiçi olarak toplanan bilgilere dayanarak bilinçli kararlar verme becerisine odaklanmaktadır. Eleştirel düşünme becerilerini, farklı bakış açılarını değerlendirmeyi ve bilgi kaynaklarındaki potansiyel önyargıları belirlemeyi içerir (Eshet-Alkalai, 2020). Hesaplamalı düşünme, veri analizi ve gelişen teknolojilere ve dijital trendlere uyum sağlama gibi becerileri içerir (Ferrari, 2013; Carretero vd., 2017).

h) *Teknoloji ile Yaratıcılık ve Yenilikçilik*: Bu boyut, sorunları çözmek ve yenilikçi çözümler geliştirmek için teknolojiyi yaratıcı bir şekilde kullanma becerisini vurgular. Dijital araçları yeni amaçlar için kullanmayı ve problem çözme süreçlerini geliştirmek için teknolojiden yararlanmayı içerir (Ferrari, 2013).

Dijital yeterliliğin boyutları birbirini dışlamaz ve pratik uygulamalarda sıklıkla örtüşür. Bu boyutların anlaşılması, bireylerin dijital dünyada etkili, eleştirel ve sorumlu bir şekilde gezinmek için kapsamlı bir beceri seti geliştirmelerine yardımcı olabilir.

1.16.3 Bilgi Okuryazarlığı

Bilgi okuryazarlığı bilginin çok fazla olduğu ve dijital araçlarla herkesin bilgiye erişebildiği bilgi toplumunda önemli bir beceridir. Bilgi okuryazarlığı, yaşamın her kesimindeki insanlara kişisel, sosyal, mesleki ve eğitimsel hedeflerine ulaşmak için bilgiyi etkili bir şekilde arama, değerlendirme, kullanma ve oluşturma konusunda güç sağlar (Alexandria bildirisi, 2005). Bu tanım Unesco tarafından beş ana element şeklinde detaylandırılmıştır; bilgi ihtiyacının farkına varmak, bilginin kalitesini bulmak ve değerlendirmek, bilgileri almak ve saklamak, bilginin etkili ve etik kullanımını sağlamak, bilgiyi oluşturmak ve iletmek için uygulamak (Catts ve Lau, 2008). Çeşitli kavramları iç içe olarak barındıran dijital okuryazarlık kavram haritası aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur (Ala-Mutka, 2011; Bozkurt vd., 2021).



Şekil 1.1. Bilgi işlem teknolojileri okuryazarlığı (Ala-Mutka, 2011).

1.17 Dijital Yeterlilik: Modeller ve Bileşenler

Dijital yeterliliği kavramsallaştırmak ve değerlendirmek için çeşitli modeller geliştirilmiştir (Ferrari, 2013; Vuorikari vd., 2016). En önde gelen dijital yeterlilik modellerinden bazıları şunlardır:

DigComp (Dijital Yeterlilik Çerçevesi): Avrupa Komisyonu tarafından geliştirilen DigComp çerçevesi, dijital yeterliliği anlamak ve ölçmek için en yaygın kabul gören modellerden biridir (Carretero vd., 2017; Vuorikari vd., 2016). Çerçeve, dijital yeterliliğin beş temel alanını özetlemektedir: bilgi ve veri okuryazarlığı, iletişim ve iş birliği, dijital içerik oluşturma, güvenlik ve problem çözme. Her alan ayrıca temelden ileri düzeye kadar değişen yeterlilik seviyeleri ile belirli yeterliliklere ayrılmıştır.

Öğrenciler için ISTE Standartları: Uluslararası Eğitimde Teknoloji Derneği (ISTE), Öğrenciler için Standartlar olarak bilinen bir dizi standart geliştirmiştir (ISTE, 2016). Bu standartlar yedi alanı kapsamaktadır: güçlendirilmiş öğrenci, dijital vatandaş, bilgi oluşturucu, yenilikçi tasarımcı, bilişimsel düşünür, yaratıcı iletişimci ve küresel işbirlikçi. ISTE standartları, dijital yeterliliğin eğitim ortamlarına entegre edilmesi için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Yüzyıl Öğrenimi Ortaklığı (P21): 21. yüzyılda başarı için gereken daha geniş bir beceri ve bilgi setinin bir parçası olarak dijital yetkinliği kapsayan bir çerçeve önermiştir (P21, 2015). P21 çerçevesi dört temel alanı içermektedir: temel konular ve 21. yüzyıl temaları, öğrenme ve yenilik becerileri, bilgi, medya ve teknoloji becerileri ile yaşam ve kariyer becerileri.

UNESCO Öğretmenler için ICT Yetkinlik Çerçevesi: eğitimcilerin dijital yetkinliklerini geliştirmek için bir model sunmaktadır (UNESCO, 2018). Çerçeve üç yeterlilik seviyesinden (temel, orta ve ileri) ve altı yeterlilik alanından oluşmaktadır: eğitimde BİT'i (Bilgi İşlem Teknolojileri) anlama, müfredat ve değerlendirme, pedagoji, BİT, organizasyon ve yönetim ve öğretmenlerin mesleki öğrenimi.

OECD PISA Küresel Yeterlilik Çerçevesi: Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), dijital yeterliliği temel boyutlardan biri olarak içeren PISA Küresel Yetkinlik Çerçevesini geliştirmiştir (OECD, 2018). Bu çerçeve, dijital teknolojilerle sorumlu ve etkili bir şekilde etkileşim kurma becerisinin yanı sıra dijital bilgilerde gezinme ve bunları eleştirel bir şekilde değerlendirme becerisini de vurgulamaktadır. Bu modeller, dijital yeterliliğin anlaşılması ve değerlendirilmesine yönelik kapsamlı ve çok boyutlu yaklaşımlar sunarak dijital okuryazarlığı ve sorumlu dijital vatandaşlığı teşvik etmeyi amaçlayan eğitim, işgücü ve politika girişimlerinin geliştirilmesi için bir temel sağlamaktadır.

Dijital yeterlilik, öğrenme, iş hayatına ve topluma katılım için dijital teknolojilerin kendinden emin, eleştirel ve sorumlu bir şekilde kullanılmasını ve bunlara dahil olmayı içermektedir (European Commission, 2019). Kişilerin dijital yeterliliklerini tanımlamak ve ölçmek için ortak dil oluşturmaya yönelik çeşitli modeller öne sürülmüştür (Reisoğlu ve Çebi, 2020). Avrupa komisyonu dijital yeterliliği sekiz temel yaşam becerisinden birisi olarak değerlendirdikten sonra, dijital olarak yeterli olmanın ne anlama geldiğini açıklamak amacıyla bir referans çerçevesi olarak DigComp'u (Avrupa Dijital Yeterlilik Çerçevesi) geliştirmiştir. DigComp, “bilgi ve veri okuryazarlığı”, “iletişim ve iş birliği”, “dijital içerik geliştirme”, “güvenlik” ve “problem çözme” olmak üzere 5 boyut ve 21 alt yeterlilik alanından oluşturulmuştur (Ferrari, 2021; Süzer, 2022). DigComp Avrupa düzeyinde dijital yeterlilik girişimlerinin geliştirilmesi ve stratejik planlaması için referans haline gelmiştir. JRC (Ortak Araştırma Merkezi) tarafından 2016’da terminoloji ve kavramsal model güncellenerek DigComp 2.0 yayınlanmıştır. Sonrasında genel öğrenci istihdamı için dijital yeterliliği daha iyi anlamak amacıyla DigComp 2.1 ve ayrıca eğitimciler için DigCompEdu, eğitim kuruluşları için DigCompOrg, tüketiciler için DigCompConsumers geliştirilmiştir (Carreto vd., 2017).

Tablo 1.2. Dijital yeterlilik çerçeveleri (Reisoğlu ve Çebi, 2020; Süzer, 2022).

Çerçeve/Model	Geliştiren	Boyutları
Dijital Yeterlilik Çerçevesi	Calvani vd. (2008)	Teknoloji, Etik, Biliş
Dijital Yeterlilik Yapı Taşlar	Janssen vd. (2013)	Genel bilgi ve işlevsel beceriler, Günlük hayatta kullanım, İş ve yaratıcılıkla ilgili spesifik ve ileri yeterlilikler, Bilgi işlem ve yönetimi, Güvenlik ve mahremiyet, Yasal ve etik yönler, Teknoloji destekli iletişim ve iş birliği, Teknolojiye karşı dengeli tutum, BİT’in toplumdaki rolünü anlama, Dijital teknolojiler öğrenme, bilinçli kararlar.
DigComp 1.0	Ferrari (2013)	Bilgi ve Veri Okuryazarlığı
DigComp 2.0	Vuorikari vd. (2016)	İletişim ve İş birliği, Dijital İçerik Geliştirme,
DigComp 2.1	Carratero vd. (2017)	Güvenlik, Problem Çözme

Tablo 1.3. Dijital yeterlilik çerçevelerinin karşılaştırılması (Zhao vd., 2021).

	DigComp 1.0		DigComp 2.0	DigComp 2.1
Bilgi	1.1. Bilgilere gözetme, arama ve filtreleme 1.2. Bilgilerin Değerlendirilmesi 1.3. Bilgi saklama ve alma	Bilgi ve Veri Okuryazarlığı	1.1. Verileri, bilgileri ve dijital içeriği tarama, arama ve filtreleme 1.2. Veri, bilgi ve dijital içeriğin değerlendirilmesi 1.3. Veri, bilgi ve dijital içeriği yönetme	DigComp 2.0'ın boyutlarına dayalı olarak, 21 yeterliliğin her biri için sekiz yeterlilik seviyesi ve 21 yeterlilikte öğrenme ve istihdam senaryosuna uygulanan sekiz yeterlilik seviyesinin kullanım örnekleri eklendi ve güncellendi.
İletişim	2.1. Teknolojiler aracılığıyla etkileşim 2.2. Bilgi ve içerik paylaşma 2.3. Çevrimiçi vatandaşlığa katılma 2.4. Dijital kanallar aracılığıyla iş birliği 2.5. Etik 2.6. Dijital kimliği yönetme	İletişim ve İş birliği	2.1. Dijital teknolojiler aracılığıyla etkileşim 2.2. Dijital teknolojiler aracılığıyla paylaşım 2.3. Dijital teknolojiler aracılığıyla vatandaşlığa dahil olmak 2.4. Dijital teknolojiler aracılığıyla iş birliği 2.5. Etik 2.6. Dijital kimliği yönetme	
İçerik Geliştirme	3.1. İçerik geliştirme 3.2. Entegrasyon ve yeniden detaylandırma 3.3. Telif Hakkı ve Lisanslar 3.4. Programlama	Dijital İçerik Geliştirme	3.1. Dijital içerik geliştirme 3.2. Dijital içeriğin entegre edilmesi ve yeniden detaylandırılması 3.3. Telif hakkı ve lisanslar 3.4. Programlama	

Tablo 1.3. (devam). Dijital yeterlilik çerçevelerinin karşılaştırılması (Zhao vd., 2021)

	DigComp 1.0		DigComp 2.0	DigComp 2.1
Güvenlik	4.1. Cihazları koruma 4.2. Kişisel verilerin korunması 4.3. Sağlığı korumak 4.4. Çevreyi korumak	Güvenlik	4.1. Cihazları koruma 4.2. Kişisel verilerin ve gizliliğin korunması 4.3. Sağlığın ve esenliğin korunması 4.4. Çevreyi korumak	
Problem Çözme	5.1. Teknik sorunları çözme 5.2. İhtiyaçların ve teknolojik yanıtların belirlenmesi 5.3. Yenilikçi ve yaratıcı bir şekilde teknolojiyi kullanan 5.4. Dijital yeterlilik boşluklarını belirleme	Problem Çözme	5.1. Teknik sorunları çözme 5.2. İhtiyaçların ve teknolojik yanıtların belirlenmesi 5.3. Dijital teknolojileri yaratıcı bir şekilde kullanmak 5.4. Dijital yeterlilik boşluklarını belirleme	

1.18 Beceri Edinimi ve Uzmanlığa İlişkin Psikolojik Teoriler

Dijital yeterliliğin gelişimi, beceri edinimi ve uzmanlığa ilişkin psikolojik teorilerin merceğinden anlaşılabilir. Önde gelen birkaç teori, dijital alanlarda yeterliliğin elde edilmesinin altında yatan bilişsel ve davranışsal süreçlere ilişkin içgörüler sunmaktadır. Bu psikolojik teoriler, dijital yeterliliğin gelişimine katkıda bulunan bilişsel, davranışsal ve sosyal faktörleri anlamak için bir temel sağlar. Eğitimciler, eğitmenler ve politika yapımcılar bu teorik perspektifleri göz önünde bulundurarak dijital becerilerin ve uzmanlığın kazanılmasını ve geliştirilmesini teşvik etmek için daha etkili müdahaleler ve öğrenme ortamları tasarlayabilirler. Dijital çağ sürekli gelişen bir beceri seti gerektirmektedir ve bireylerin bu dijital yeterlilikleri nasıl edindiklerini ve geliştirdiklerini anlamak çok önemlidir. Psikolojik teoriler bu süreçle ilişkin değerli bilgiler sunmaktadır. Dijital beceri edinimi ve uzmanlıkla ilgili bazı temel teoriler:

Etkili teorilerden biri Dreyfus beceri edinim modelidir (Dreyfus ve Dreyfus, 1980). Bu model acemilikten uzmanlığa doğru beş aşamada ilerlemeyi tanımlar: acemi, ileri düzeyde acemi, yetkin, yetkin ve uzman. Bireyler bu aşamalardan geçtikçe, giderek daha sofistike karar verme, bağlamsal anlayış ve sezgisel problem çözme yetenekleri sergilerler (Benner, 1982; Dreyfus, 2004). Ericsson ve Lehmann (1993) tarafından geliştirilen kasıtlı uygulama teorisi, uzmanlığa ulaşmanın yalnızca deneyime değil, aynı zamanda uygulama faaliyetlerinin niteliğine ve niceliğine de bağlı olduğunu öne sürmektedir. Kasıtlı uygulama, performansı artırmak için özel olarak tasarlanmış, zorlayıcı, odaklanmış ve geri bildirim açısından zengin faaliyetlerde bulunmayı içerir (Ericsson, 2008; Ericsson ve Lehmann, 1996).

Yerleşik Öğrenme Teorisi: (Lave ve Wenger, 1991) bilgi ve becerilerin edinilmesinde sosyal ve kültürel bağlamın önemini vurgulamaktadır. Bu teori, öğrenmenin bir uygulama topluluğuna katılım süreci olduğunu ve bireylerin topluluğun görev ve normlarına özgün bir şekilde katılarak kademeli olarak daha yetkin hale geldiklerini öne sürer (Lave, 1991; Wenger, 1998).

Beceri Edinimi Teorisi: Fitts ve Posner'ın (1967) çalışmalarına dayanan bu teori, üç aşamalı bir beceri gelişimi modeli önermektedir (Morris vd., 2018). İlk aşama, bireylerin öğretim veya gözlem yoluyla bir beceri hakkında bildirimsel bilgi edindiği bilişsel aşamayı içerir. İkinci aşama olan çağrışım aşaması, becerinin uygulanmasına ve prosedürel bilginin geliştirilmesine odaklanarak daha sorunsuz bir uygulamaya olanak tanır. Son olarak, sürekli pratikle, beceri otonom aşamada otomatik hale gelir ve minimum bilinçli çaba gerektirir. Bu teori, ilk talimatın önemini anlayarak ve ardından yeterlilik elde etmek için kasıtlı uygulama yaparak dijital becerilere uygulanabilir.

Bilişsel Yük Teorisi: Sweller (1988) tarafından geliştirilen bu teori, yeni beceriler öğrenirken çalışma belleğinin sınırlılıklarını vurgulamaktadır (Liu vd., 2019). Bilginin bilişsel aşırı yükü azaltacak şekilde sunulmasının öğrenmeyi kolaylaştırabileceğini öne sürer. Örneğin, dijital beceri ediniminin ilk aşamalarında bilgiyi yönetilebilir adımlara ayırmak ve iskele desteği sağlamak bu teoriye göre faydalı olabilir.

Öz Yeterlilik Teorisi: Bandura'nın (1986) öz yeterlilik teorisi, bireyin bir beceriyi öğrenme ve ustalaşma yeteneğine olan inancının motivasyonunu ve öğrenme sonuçlarını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Dijital

öğrenme ortamlarında öz yeterliliği teşvik etmek çok önemli olabilir. Başarı, olumlu pekiştirme ve rol modelleri için fırsatlar sunmak, bireylerin dijital becerileri edinme konusunda güven ve sebat geliştirmelerine yardımcı olabilir (Yuen ve Datu, 2021).

Kasıtlı Uygulama Teorisi: Ericsson (2007) tarafından savunulan bu teori, uzmanlığa ulaşmada kasıtlı uygulamanın önemini vurgulamaktadır (Bjork ve Bjork, 2011). Kasıtlı uygulama, bir becerinin belirli, zorlu yönleri üzerinde odaklanmış çabayı, kişinin kendini konfor alanının ötesine itmesini ve performansı artırmak için geri bildirim almayı içerir. Bu teori, bireyleri gelişim alanlarını belirlemeye, aktif olarak zorlu öğrenme fırsatları aramaya ve dijital yeteneklerini geliştirmek için geri bildirim etkili bir şekilde kullanmaya teşvik ederek dijital becerilere uygulanabilir.

Psikolojik teoriler, dijital becerilerin edinilmesi ve iyileştirilmesi sürecine ilişkin değerli bilgiler sunmaktadır. Eğitimciler ve uygulayıcılar, bu teorileri anlayarak ve öğrenme tasarımı entegre ederek, bireylerin 21. yüzyılda kendine güvenen ve yetkin dijital vatandaşlar olmalarını sağlayan etkili öğrenme ortamları yaratabilirler.

1.19 Dijital Vatandaşlık ve Dijital Yeterlilik İlişkisi

Dijital vatandaşlık kavramı, dijital yeterlilik kavramıyla yakından iç içe geçmiştir çünkü bu ikisi birbirini güçlendirmekte ve dijital dünyaya etkin katılım için gerekli olmaktadır (Ribble, 2015; Ferrari, 2012).

Dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki ilişki simbiyotiktir; çünkü dijital yeterlilik etkili ve sorumlu dijital vatandaşlığı mümkün kılmak için gerekli bilgi ve becerileri sağlarken, dijital vatandaşlık da dijital yeterliliğin gelişimini pekiştirir ve geliştirir (Ribble, 2015). Örneğin, dijital yeterliliğin önemli bir bileşeni olan dijital okuryazarlık, bireylere çevrim içi bilgileri eleştirel bir şekilde değerlendirme, etkili bir şekilde iletişim kurma ve dijital söyleme katılma yetkisi verir (Demirdağ, 2021). Bu da bireylerin daha bilgili ve ilgili dijital vatandaşlar olmalarını sağlayarak dijital vatandaşlığın gelişimine katkıda bulunur. Öte yandan, çevrimiçi sivil faaliyetlere katılmak veya dijital hakları savunmak gibi dijital vatandaşlık uygulamaları, dijital ortam ve dijital katılım ilişkili sorumluluklar hakkında daha derin bir anlayış geliştirerek bireyin dijital yeterliliğini daha da güçlendirebilir. Kuruluşlar hem dijital yeterliliği hem de dijital vatandaşlığı dijital

halkla ilişkiler stratejilerine entegre ederek paydaşlarını dijital dünyada daha etkin bir şekilde gezinmeleri için güçlendirebilir ve aynı zamanda daha kapsayıcı, etik ve sürdürülebilir bir dijital ekosistem yaratılmasına katkıda bulunabilirler (Mossberger vd., 2008; Ribble, 2015).

Daha önce de belirtildiği gibi, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik birbirine bağlı ve birbirini güçlendiren kavramlardır (Ribble, 2015; Ferrari, 2012). Dijital yeterlilik, bireyleri dijital teknolojilerle anlamlı ve sorumlu bir şekilde etkileşim kurmak için gerekli beceri, bilgi ve tutumlarla donatarak dijital vatandaşlığın temelini oluşturur. Bu, çevrimiçi ortamlarda gezinebilmeyi, dijital bilgileri eleştirel olarak değerlendirebilmeyi, etkili iletişim kurabilmeyi ve dijital araçları kullanarak iş birliği yapabilmeyi içerir. Örneğin, dijital yeterliliğin önemli bir bileşeni olan dijital okuryazarlık, bireylerin dijital içeriğe erişmesini, anlamasını ve oluşturmasını sağlar. Bu da onları dijital söylemlere katılma, çevrimiçi sivil faaliyetlerde bulunma ve dijital haklarını ve sorumluluklarını kullanma konusunda güçlendirir bunların hepsi dijital vatandaşlığın temel unsurlarıdır (Mossberger vd., 2008). Tersine, dijital vatandaşlık uygulaması bir bireyin dijital yeterliliğini daha da artırabilir. Bireyler dijital kamusal alana aktif olarak katılarak dijital ortam, sunduğu zorluklar ve fırsatlar ile dijital katılımı ilişkili sorumluluklar hakkında daha derin bir anlayış kazanırlar. Örneğin, bireyler dijital hakları savunduklarında veya çevrimiçi sivil girişimlere katıldıklarında, dijital teknolojilerin kullanımını çevreleyen etik ve yasal hususlar hakkında daha incelikli bir anlayış geliştirirler. Bu anlayış daha sonra, dijital dünyada daha bilinçli ve sorumlu bir şekilde gezinmek için daha donanımlı hale geldikçe, dijital yeterliliklerinin gelişimine geri dönebilir.

Dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin birbirine bağlı doğası göz önüne alındığında, halkla ilişkiler uzmanlarının dijital alana yönelik stratejiler ve girişimler geliştirirken her iki kavramı da göz önünde bulundurmaları çok önemlidir (Ribble, 2015). Halkla ilişkiler uygulayıcıları, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliği entegre ederek dijital katılım için daha kapsamlı ve etkili bir yaklaşım geliştirebilirler. Bu şunları içerebilir: Yalnızca teknik becerileri öğretmekle kalmayıp aynı zamanda dijital haklar, sorumluluklar ve etik hususlara ilişkin bir anlayış aşılayan dijital okuryazarlık programları geliştirmek. Paydaşların dijital yeterliliklerini kamu yararına kullanmaları için fırsatlar sunan dijital sivil katılım girişimlerini teşvik etmek. Dijital kapsayıcılığı ve eşitliği teşvik eden politikalar ve uygulamalar için savunuculuk yapmak, tüm bireylerin dijital yeterliliklerini

geliştirmek ve dijital vatandaşlıklarını kullanmak için gerekli kaynaklara ve desteğe sahip olmalarını sağlamak. Çeşitli sektörlerde uygulanabilecek bütüncül dijital vatandaşlık ve dijital yetkinlik çerçeveleri oluşturmak için eğitim kurumları, toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarla iş birliği yapmak. Halkla ilişkiler uzmanları, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliği uyumlu hale getirerek, tüm bireylerin aktif ve güçlendirilmiş dijital vatandaşlar olarak katılabileceği ve gelişebileceği daha bilgili, ilgili ve sorumlu bir dijital ekosistemin oluşturulmasına katkıda bulunabilir.



2.MATERYAL ve YÖNTEM

2.1 Araştırma Deseni

Bu çalışma, dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve bunların dijital halkla ilişkiler üzerindeki etkisi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla nicel bir araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü ortaya koymayı hedefleyen korelasyonel bir araştırma tasarımına dayanmaktadır. Korelasyonel araştırma tasarımı, değişkenler arasındaki ilişkileri nedensellik iddiası olmaksızın belirlemek için uygun bir yöntemdir (Tutar, vd., 2024). Bu nedenle çalışmanın amacına uygun bir çerçeve sunmaktadır. Araştırmada, bağımlı değişken olarak dijital halkla ilişkiler, bağımsız değişkenler olarak ise dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik ele alınmıştır. Bu bağlamda, araştırmanın temel amacı, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik arasındaki ilişkiyi ve bu değişkenlerin dijital halkla ilişkiler üzerindeki etkisini anlamaktır. Korelasyonel tasarımın kullanılması, bu ilişkilerin yönünü ve gücünü istatistiksel olarak belirlemeye olanak sağlamaktadır (Cohen, 1988). Araştırma, bu alanda literatüre katkı sunmayı ve dijital halkla ilişkiler bağlamında dijital vatandaşlık ile dijital yeterlilik arasındaki ilişkilerin daha iyi anlaşılmasını hedeflemektedir.

2.1.1 Örnekleme ve Katılımcılar

Bu çalışmada, dijital halkla ilişkiler uygulamaları yapan kuruluş ve ajanslardan katılımcı toplamak amacıyla tesadüfi örnekleme tekniği kullanılmıştır. Tesadüfi örnekleme, araştırma popülasyonunun her bir üyesine eşit seçilme şansı tanıdığı için, genellenebilir sonuçlar elde etmek adına uygun bir yöntemdir (Tutar vd., 2024). Araştırmanın analizlerinde en az 200 kişiden oluşan örneklem büyüklüğü hedeflenmiştir.

Katılımcıların belirlenmesi ve veri toplama sürecinde etik kurallar gözetilerek, gönüllülük esasına dayalı katılım sağlanmıştır. Katılımcılara çalışmanın amacı, veri gizliliği ve anonimlik konularında bilgilendirme yapılmış; bu şekilde toplanan verilerin güvenilirliği artırılmıştır. Çalışmanın bulgularının, dijital halkla ilişkiler alanındaki dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık değişkenlerinin anlaşılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

2.1.2 Veri Toplama ve Analiz Süreci

Bu çalışmada, veriler hem çevrimiçi hem de yüz yüze anket platformları aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılar, dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişkileri incelemek üzere Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve Dijital Yetkinlik Ölçeği anketlerini doldurmaya davet edilmiştir. Ayrıca, katılımcılardan yaş, cinsiyet, mesleki deneyim yılı ve sektör bilgilerini içeren demografik veriler de toplanmıştır.

Araştırma sahası olarak Bolu ve Sakarya illerinin seçilmesi, farklı demografik ve kurumsal bağlamlardaki varyasyonları inceleyerek bulguların genellenebilirliğini artırmayı amaçlamaktadır. Dijital vatandaşlık düzeylerini ölçmek için Tutar, Erdem ve Şahin (2023) tarafından geliştirilen Dijital Vatandaşlık Ölçeği, dijital yeterlilik düzeylerini ölçmek için ise Dijital Yetkinlik Ölçeği kullanılmıştır. Her iki ölçek de daha önce geçerlilik ve güvenilirlik testlerinden geçirilmiş, doğrulanmış ölçüm araçlarıdır.

Korelasyonel Analiz: Dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişkilerin gücü ve yönü incelenecektir.

Regresyon Analizi: Endüstri sektörü ve deneyim seviyesi gibi potansiyel karıştırıcı değişkenleri kontrol ederek, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin dijital halkla ilişkiler etkinliği üzerindeki etkisi değerlendirilecektir.

Katılımcı Onam ve Etik İlkeler: Tüm katılımcılar çalışmanın amacı, veri gizliliği ve katılımcı hakları hakkında bilgilendirilmiş onam formunu dolduracaktır. Katılımcıların verdiği bilgiler gizli tutulacak ve yalnızca akademik amaçlarla kullanılacaktır.

Bu analiz süreci, dijital vatandaşlık ve dijital yeterliliğin, Bolu ve Sakarya'daki halkla ilişkiler profesyonelleri arasında dijital halkla ilişkiler etkinliğini nasıl etkilediği hakkında kapsamlı bulgular elde etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın bulguları, dijital halkla ilişkiler alanındaki profesyoneller için pratik öneriler geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

2.2 Araştırmanın Örneklemi

Araştırma, Türkiye'nin Bolu ve Sakarya illerinde yürütülecektir. Bu iki il, çalışma için aşağıdaki nedenlerle seçilmiştir:

Bolu ve Sakarya, Türkiye'nin orta kuzey bölgesinde yer alan, teknolojik gelişmeleri ve dijital altyapısıyla öne çıkan iller arasında yer almaktadır. Türkiye

İstatistik Kurumu'nun (TÜİK, 2023) verilerine göre, her iki ilin de nüfuslarına oranla ortalamanın üzerinde internet penetrasyonu ve dijital cihaz sahipliği vardır. Bu özellikler, dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişkileri incelemek için uygun bir zemin sunmaktadır.

Bolu, 2023 yılı itibarıyla yaklaşık 322.000 kişilik nüfusu ile nispeten daha küçük bir ilken, Sakarya yaklaşık 1 milyonluk nüfusu ile daha büyük, sanayileşmiş bir ildir (TÜİK, 2023). İki il arasındaki nüfus büyüklüğü ve ekonomik kalkınma düzeylerindeki bu farklılık, dijital halkla ilişkiler uygulayıcıları arasında daha çeşitli ve temsili bir örneklem oluşturulmasını sağlayacaktır. Bu durum, dijital vatandaşlık ve dijital yeterlilik gibi değişkenlerin farklı bağlamlarda nasıl işlediğini anlamak açısından önemli bir fırsat sunmaktadır.

Hem Bolu hem de Sakarya'da, yerel yönetimler, özel şirketler ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi dijital halkla ilişkiler faaliyetleri yürüten çok sayıda kurum bulunmaktadır. Bu, hedef kitleden yeterli sayıda katılımcı temin edilmesini kolaylaştıracak ve çalışmanın kapsamını genişletecektir. Ayrıca, bu iki ilin seçilmesi, farklı sosyoekonomik yapılar ve kurumsal bağlamlarda dijital halkla ilişkiler ile dijital vatandaşlık ve yeterlilik arasındaki ilişkilerdeki varyasyonları ve nüansları anlamaya yardımcı olacaktır. Böylece, elde edilen bulguların genellenebilirliği artırılarak araştırmaya daha geniş bir katkı sağlanacaktır.

3. BULGULAR

Bu çalışmada, toplanan veriler dijital vatandaşlık, dijital yeterlilik ve dijital halkla ilişkiler arasındaki ilişkileri anlamak ve hipotezleri test etmek amacıyla çok aşamalı analiz süreçlerinden geçirilmiştir. Verilerin analizi, hem betimsel hem de farksal ve ilişkisel istatistik teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde, örneklem hakkında genel bilgiler sunmak için betimsel istatistikler, değişkenler arasındaki farkları test etmek için fark testleri, ilişkileri test etmek için korelasyonel analizler ve değişkenler arası etkileri test etmek amacıyla ise regresyon analizi uygulanmıştır.

3.1 Betimsel Analizler

Betimsel analizler, katılımcıların demografik özelliklerini ve temel değişkenlerin dağılımlarını özetlemek amacıyla yapılmıştır.

Tablo 3.1. Betimsel analizler

	<i>Demografik Özellikler</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Yaşanılan Şehir	Sakarya	110	55,0
	Bolu	90	45,0
Yaş	18-25	18	9,0
	26-35	77	38,5
	36-45	70	35,0
	46-55	32	16,0
	56 ve üzeri	3	1,5
Cinsiyet	Kadın	75	37,5
	Erkek	125	62,5
Medeni Durum	Evli	138	69,0
	Bekar	59	29,5
	Diğer	3	1,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	9	4,5
	Ortaöğretim	9	4,5
	Lise	54	27,0
	Lisans	103	51,5
	Yüksek Lisans	24	12,0
	Doktora	1	0,5
Gelir Düzeyi	5.000 TL ve altı	1	0,5

Tablo 3.1. (devam). Betimsel analizler

	<i>Demografik Özellikler</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
	5.001-10.000 TL	13	6,5
	10.001-15.000 TL	95	47,5
	15.001-20.000 TL	58	29,0
	20.001-25.000 TL	15	7,5
	25.001 TL ve üzeri	18	9,0

Tablo 3.1'deki veriler, katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımını kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktadır. Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre dağılımı incelendiğinde, %55'inin Sakarya'da, %45'inin ise Bolu'da yaşadığı görülmektedir. Bu dağılım, araştırmanın her iki şehirde de önemli bir katılımcı kitlesiyle gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Yaş gruplarına göre dağılımda, 26-35 yaş aralığındaki katılımcıların %38,5 ile en büyük grubu oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bunu, %35 ile 36-45 yaş aralığındaki katılımcılar takip etmektedir. 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar %9, 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar %16 ve 56 yaş ve üzerindeki katılımcılar ise %1,5 oranında temsil edilmektedir. Bu dağılım, araştırmanın daha çok orta yaş grubundaki bireyler tarafından yanıtlandığını göstermektedir.

Cinsiyet dağılımına bakıldığında, katılımcıların %37,5'i kadın, %62,5'i erkektir. Erkek katılımcıların oranının kadınlara kıyasla belirgin şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Medeni durum açısından katılımcıların %69'u evli, %29,5'i bekar ve %1,5'i diğer kategorisinde yer almaktadır. Evli katılımcıların oranının yüksekliği, bu grubun araştırmada daha fazla temsil edildiğini göstermektedir.

Eğitim durumu dağılımında, katılımcıların %51,5'i lisans mezunu, %27'si lise mezunu, %12'si yüksek lisans mezunu, %4,5'i ilköğretim ve %4,5'i ortaöğretim mezunu, %0,5'i ise doktora mezunudur. Bu dağılım, yüksek eğitim düzeyine sahip katılımcıların araştırmada daha fazla yer aldığını işaret etmektedir.

Gelir düzeyi dağılımında ise, katılımcıların %47,5'i 10.001-15.000 TL arası gelir düzeyine sahipken, %29'u 15.001-20.000 TL arası, %9'u 25.001 TL ve üzeri, %7,5'i 20.001-25.000 TL arası, %6,5'i 5.001-10.000 TL arası ve %0,5'i 5.000 TL ve altı gelir seviyesinde yer almaktadır. Bu dağılım, katılımcıların büyük çoğunluğunun orta ve üst gelir düzeyinde olduğunu göstermektedir.

3.2 Normallik Analizi

Tablo 3.2. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların normallik analizi

Ölçekler ve Alt Boyutlar	Min	Maks	Ort.	S.H.	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov
Dijital Yeterlilik Ölçeği	1,71	5	3,75	0,69	-0,949	0,993	0,000
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	2,09	4,70	3,59	0,50	-0,463	0,200	0,032
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	1,53	5,00	3,91	0,65	-0,885	1,089	0,000
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	1	5	3,47	1,02	-0,726	-0,094	0,000
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	1	5	2,23	1,05	0,818	0,005	0,000

Tablo 3.2, çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların normallik analizini detaylandırmaktadır. Bu analiz, her bir ölçeğin ve alt boyutun minimum (Min), maksimum (Maks), ortalama (Ort.), standart hata (S.H.), çarpıklık (skewness), basıklık (kurtosis) değerlerini ve Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarını içermektedir.

Dijital Yeterlilik Ölçeği için minimum değer 1,71, maksimum değer 5 ve ortalama değer 3,75 olarak belirlenmiştir. Standart hata 0,69'dur. Çarpıklık değeri -0,949 ve basıklık değeri 0,993'tür. Bu değerler, dağılımın simetrik olmadığını ve sola çarpık olduğunu göstermektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu $p=0,000$ olduğu için, dağılımın normal dağılımdan sapma gösterdiği söylenebilir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin minimum değeri 2,09, maksimum değeri 4,70 ve ortalama değeri 3,59'dur. Standart hata 0,50'dir. Çarpıklık değeri -0,463 ve basıklık değeri 0,200'dür. Bu, dağılımın hafif sola çarpık olduğunu ve normal dağılıma yakın olduğunu göstermektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda $p=0,032$ olduğundan, bu ölçeğin de normal dağılımdan sapma gösterdiği söylenebilir.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı'nın minimum değeri 1,53, maksimum değeri 5,00 ve ortalama değeri 3,91 olarak belirtilmiştir. Standart hata 0,65'tir. Çarpıklık değeri -0,885 ve basıklık değeri 1,089'dur. Bu değerler, dağılımın sola

çarpık olduğunu ve yüksek basıklık gösterdiğini işaret etmektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu $p=0,000$, dağılımın normal olmadığını belirtmektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı için minimum değer 1, maksimum değer 5 ve ortalama değer 3,47 olarak verilmiştir. Standart hata 1,02'dir. Çarpıklık değeri -0,726 ve basıklık değeri -0,094'tür. Bu, dağılımın sola çarpık olduğunu ancak basıklık açısından normal dağılıma yakın olduğunu göstermektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu $p=0,000$, dağılımın normal olmadığını göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı'nın minimum değeri 1, maksimum değeri 5 ve ortalama değeri 2,23 olarak belirlenmiştir. Standart hata 1,05'tir. Çarpıklık değeri 0,818 ve basıklık değeri 0,005'tir. Bu, dağılımın sağa çarpık olduğunu ve normal dağılıma yakın basıklık gösterdiğini göstermektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu $p=0,000$, dağılımın normal olmadığını belirtmektedir.

3.3 Güvenirlik Analizi

Tablo 3.3. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların güvenirlik analizi

Ölçekler ve Alt Boyutlar	N	Cronbach Alpha's
Dijital Yeterlilik Ölçeği	21	0,938
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	23	0,842
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	15	0,909
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	5	0,907
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	3	0,878

Tablo 3.3, çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların güvenirlik analizini göstermektedir. Güvenirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alpha katsayısı, ölçeklerin iç tutarlılığını ve güvenirliğini değerlendirmek için kullanılan bir istatistiktir. Genel olarak, Cronbach Alpha değerinin 0.70 ve üzerinde olması, ölçeğin güvenilir kabul edilmesi için yeterlidir.

Dijital Yeterlilik Ölçeği için Cronbach Alpha değeri 0,938 olarak belirlenmiştir. Bu yüksek değer, ölçeğin son derece güvenilir olduğunu ve iç tutarlılığının çok iyi olduğunu göstermektedir. Bu ölçek, 21 maddeden oluşmaktadır.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin Cronbach Alpha değeri 0,842'dir. Bu değer, ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. 23 maddeden oluşan bu ölçek, iç tutarlılık açısından yeterli güvenilirliği sağlamaktadır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı alt boyutu için Cronbach Alpha değeri 0,909 olarak hesaplanmıştır. Bu yüksek değer, bu alt boyutun son derece güvenilir olduğunu ve iç tutarlılığının çok iyi olduğunu göstermektedir. Bu alt boyut, 15 maddeden oluşmaktadır.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı alt boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,907'dir. Bu değer, alt boyutun yüksek derecede güvenilir olduğunu ve iç tutarlılığının çok iyi olduğunu göstermektedir. Bu alt boyut 5 maddeden oluşmaktadır.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı alt boyutu için Cronbach Alpha değeri 0,878'dir. Bu değer de oldukça yüksek olup, alt boyutun güvenilir ve iç tutarlılığının iyi olduğunu göstermektedir. Bu alt boyut ise 3 maddeden oluşmaktadır.

Genel olarak, tüm ölçekler ve alt boyutlar için Cronbach Alpha değerlerinin 0,842 ile 0,938 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değerler, kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların yüksek derecede güvenilir olduğunu ve iç tutarlılığının güçlü olduğunu göstermektedir.

3.4 Fark Testleri

Tablo 3.4. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşanılan şehre göre karşılaştırılması

	Yaşanılan Şehir	N	Ortalama Sıralama	U	z	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	Sakarya	110	110,17	3886,5	-2,614	0,009
	Bolu	90	88,68			

Tablo 3.4, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların yaşadıkları şehre göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Sakarya'dan katılan 110 kişinin ortalama sıralaması 110,17, Bolu'dan katılan 90 kişinin ortalama sıralaması ise 88,68 olarak belirlenmiştir. Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre $U=3886,5$, $z=-2,614$ ve $p=0,009$ olarak bulunmuştur. P değerinin 0,05'ten küçük olması, Sakarya ve Bolu'daki katılımcılar arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Bu bulgu,

Sakarya'da yaşayan katılımcıların dijital yeterlilik düzeylerinin Bolu'da yaşayanlardan daha yüksek olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 3.5. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması

	Yaş	N	Ortalama Sıralama	H	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	18-25	18	136,83	12,934	0,012
	26-35	77	106,37		
	36-45	70	88,49		
	46-55	32	89,36		
	56 ve üzeri	3	130,83		

Tablo 3.5, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların yaşa göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, 18-25 yaş grubundaki katılımcıların ortalama sıralaması 136,83, 26-35 yaş grubunun 106,37, 36-45 yaş grubunun 88,49, 46-55 yaş grubunun 89,36 ve 56 yaş ve üzeri grubunun 130,83 olarak belirlenmiştir. Elde edilen H değeri 12,934 ve p değeri 0,012 olup, p değerinin 0,05'ten küçük olması, yaş grupları arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, yaş gruplarının dijital yeterlilik düzeylerinde farklılıklar olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 3.6. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması, Post-Hoc

	Test İstatistiği	Std. Hata	p
36-45-46-55	-0,867	12,338	0,944
36-45-26-35	17,877	9,549	0,061
36-45-56 ve üzeri	-42,340	34,090	0,214
36-45-18-25	48,340	15,280	0,002
46-55-26-35	17,011	12,161	0,162
46-55-56 ve üzeri	-41,474	34,912	0,235
46-55-18-25	47,474	17,035	0,005

Tablo 3.6. (devam). Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanların yaşa göre karşılaştırılması, Post-Hoc

	Test İstatistiği	Std. Hata	p
26-35-56 ve üzeri	-24,463	34,026	0,472
26-35-18-25	30,463	15,138	0,044
56 ve üzeri-18-25	6,000	36,057	0,868

Tablo 3.6, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların yaşa göre karşılaştırılmasını sağlayan post-hoc test sonuçlarını göstermektedir. Post-hoc analizler, gruplar arasında anlamlı farklar bulunduğunda hangi gruplar arasında bu farkların olduğunu belirlemek için yapılır. Bu analizde çeşitli yaş gruplarının dijital yeterlilik puanları arasındaki farklar incelenmiştir.

36-45 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasındaki karşılaştırmalara bakıldığında, 36-45 yaş grubu ile 46-55 yaş grubu arasında ($p=0,944$) ve 56 yaş ve üzeri grup arasında ($p=0,214$) anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Ancak, 36-45 yaş grubu ile 18-25 yaş grubu arasında ($p=0,002$) anlamlı bir fark görülmektedir, bu da 18-25 yaş grubunun dijital yeterlilik puanlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. 36-45 yaş grubu ile 26-35 yaş grubu arasındaki fark ise istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,061$).

46-55 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasındaki karşılaştırmalarda, 46-55 yaş grubu ile 36-45 yaş grubu ($p=0,944$) ve 56 yaş ve üzeri grup ($p=0,235$) arasında anlamlı fark bulunmamaktadır. Ancak, 46-55 yaş grubu ile 18-25 yaş grubu arasında ($p=0,005$) anlamlı bir fark vardır, bu da yine 18-25 yaş grubunun dijital yeterlilik puanlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. 46-55 yaş grubu ile 26-35 yaş grubu arasındaki fark ise istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,162$).

26-35 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasındaki karşılaştırmalarda, 26-35 yaş grubu ile 36-45 yaş grubu ($p=0,061$), 46-55 yaş grubu ($p=0,162$) ve 56 yaş ve üzeri grup ($p=0,472$) arasında anlamlı fark bulunmamaktadır. Ancak, 26-35 yaş grubu ile 18-25 yaş grubu arasında ($p=0,044$) anlamlı bir fark vardır, bu da 18-25 yaş grubunun dijital yeterlilik puanlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Son olarak, 56 yaş ve üzeri grup ile diğer yaş grupları arasındaki karşılaştırmalarda, 56 yaş ve üzeri grup ile 36-45 yaş grubu ($p=0,214$), 46-55 yaş

grubu ($p=0,235$), 26-35 yaş grubu ($p=0,472$) ve 18-25 yaş grubu ($p=0,868$) arasında anlamlı fark bulunmamaktadır.

Bu post-hoc analiz sonuçları, özellikle 18-25 yaş grubunun diğer bazı yaş gruplarına kıyasla daha yüksek dijital yeterlilik puanlarına sahip olduğunu göstermektedir. 36-45 ve 46-55 yaş grupları arasında veya 56 yaş ve üzeri grup ile diğer gruplar arasında anlamlı farklar bulunmamaktadır, bu da bu grupların dijital yeterlilik puanlarının birbirine benzer olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 3.7. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıralama	U	z	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	Kadın	75	113,42	3718,5	-2,448	0,014
	Erkek	125	92,75			

Tablo 3.7, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların cinsiyete göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Bu karşılaştırma, iki bağımsız grup arasındaki farkı değerlendirmek için Mann-Whitney U testi kullanılarak yapılmıştır.

Kadın katılımcıların ($N=75$) ortalama sıralaması 113,42 olarak belirlenirken, erkek katılımcıların ($N=125$) ortalama sıralaması 92,75 olarak hesaplanmıştır. Mann-Whitney U testi sonucu $U=3718,5$ ve $z=-2,448$ olarak bulunmuştur. P değeri ise 0,014 olup, bu değerin 0,05'ten küçük olması cinsiyetler arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.8. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması

	Medeni Durum	N	Ortalama Sıralama	H	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	Evli	138	93,66	6,562	0,038
	Bekar	59	116,68		
	Diğer	3	97,00		

Tablo 3.8, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların medeni duruma göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Bu karşılaştırma, üç farklı medeni durum grubu arasındaki farkları değerlendirmek için Kruskal-Wallis H testi kullanılarak yapılmıştır.

Evli katılımcıların (N=138) ortalama sıralaması 93,66 olarak belirlenirken, bekar katılımcıların (N=59) ortalama sıralaması 116,68 ve diğer medeni durumda olan katılımcıların (N=3) ortalama sıralaması 97,00 olarak hesaplanmıştır. Kruskal-Wallis H testi sonucu $H=6,562$ ve $p=0,038$ olarak bulunmuştur. P değeri 0,05'ten küçük olduğundan, medeni durum grupları arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunduğu söylenebilir.

Tablo 3.9. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması, Post-Hoc

	Test İstatistiği	Std. Hata	p
Evli-Diğer	-3,341	33,743	0,921
Evli-Bekar	-23,019	8,994	0,010
Diğer-Bekar	19,678	34,220	0,565

Tablo 3.9, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların medeni duruma göre karşılaştırılmasını sağlayan post-hoc test sonuçlarını göstermektedir.

Evli katılımcılar ile diğer medeni durumdaki katılımcılar arasındaki karşılaştırmada (Evli-Diğer), test istatistiği -3,341 ve p değeri 0,921 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, evli ve diğer medeni durumdaki katılımcılar arasında dijital yeterlilik puanları açısından anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasındaki karşılaştırmada (Evli-Bekar), test istatistiği -23,019 ve p değeri 0,010 olarak bulunmuştur. P değerinin 0,05'ten küçük olması, evli ve bekar katılımcılar arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgu, bekar katılımcıların evli katılımcılardan daha yüksek dijital yeterlilik puanlarına sahip olduğunu işaret etmektedir.

Diğer medeni durumdaki katılımcılar ile bekar katılımcılar arasındaki karşılaştırmada (Diğer-Bekar), test istatistiği 19,678 ve p değeri 0,565 olarak hesaplanmıştır. P değerinin 0,05'ten büyük olması, diğer medeni durumdaki katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Sonuç olarak, bu post-hoc analizler evli ve bekar katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunduğunu göstermiştir. Evli katılımcıların dijital yeterlilik puanları, bekar katılımcılardan daha düşük seviyede olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.10. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Sıralama	H	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	İlköğretim	9	81,17	30,274	0,000
	Ortaöğretim	9	34,06		
	Lise	54	78,54		
	Eğitim Durumu	N	Ortalama Sıralama	H	p
	Lisans	103	116,83		
	Yüksek Lisans	24	109,92		
	Doktora	1	150,00		

Tablo 3.10, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların eğitim durumuna göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Bu karşılaştırma, altı farklı eğitim düzeyi grubu arasındaki farkları değerlendirmek için Kruskal-Wallis H testi kullanılarak yapılmıştır.

İlköğretimden (N=9) katılan katılımcıların ortalama sıralaması 81,17, ortaöğretimden (N=9) katılan katılımcıların ortalama sıralaması 34,06, lise mezunlarının (N=54) ortalama sıralaması 78,54, lisans mezunlarının (N=103) ortalama sıralaması 116,83, yüksek lisans mezunlarının (N=24) ortalama sıralaması 109,92 ve doktora mezununun (N=1) ortalama sıralaması 150,00 olarak hesaplanmıştır.

Kruskal-Wallis H testi sonucu $H=30,274$ ve $p=0,000$ olarak bulunmuştur. P değerinin 0,05'ten küçük olması, eğitim düzeyi grupları arasında dijital yeterlilik puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.11. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması, Post-Hoc

	Test İstatistiği	Std. Hata	p
Ortaöğretim-Lise	-44,481	20,817	0,033
Ortaöğretim-İlköğretim	47,111	27,256	0,084
Ortaöğretim-Yüksek Lisans	-75,861	22,600	0,001
Ortaöğretim-Lisans	-82,779	20,098	0,000

Tablo 3.11. (devam). Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması, Post-Hoc

	Test İstatistiği	Std. Hata	p
Ortaöğretim-Doktora	-115,944	60,947	0,057
Lise-İlköğretim	2,630	20,817	0,899
Lise-Yüksek Lisans	-31,380	14,185	0,027
Lise-Lisans	-38,298	9,714	0,000
Lise-Doktora	-71,463	58,352	0,221
İlköğretim-Yüksek Lisans	-28,750	22,600	0,203
İlköğretim-Lisans	-35,668	20,098	0,076
İlköğretim-Doktora	-68,833	60,947	0,259
Yüksek Lisans-Lisans	6,918	13,105	0,598
Yüksek Lisans-Doktora	-40,083	59,012	0,497
Lisans-Doktora	-33,165	58,099	0,568

Tablo 3.11, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların eğitim durumuna göre karşılaştırılmasını sağlayan post-hoc test sonuçlarını göstermektedir.

Ortaöğretim ile diğer eğitim düzeyleri arasındaki karşılaştırmalara bakıldığında, ortaöğretim ile lise arasında ($p=0,033$), ortaöğretim ile yüksek lisans arasında ($p=0,001$) ve ortaöğretim ile lisans arasında ($p=0,000$) istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmaktadır. Bu sonuçlar, ortaöğretim mezunlarının dijital yeterlilik puanlarının diğer eğitim düzeylerine göre genellikle daha düşük olduğunu göstermektedir. Ancak, ortaöğretim ile ilköğretim ($p=0,084$) ve ortaöğretim ile doktora arasında ($p=0,057$) anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Lise mezunları ile diğer eğitim düzeyleri arasında yapılan karşılaştırmalarda ise, lise ile yüksek lisans arasında ($p=0,027$) ve lise ile lisans arasında ($p=0,000$) anlamlı farklar bulunmaktadır. Bu sonuçlar, lise mezunlarının dijital yeterlilik puanlarının yüksek lisans ve lisans mezunlarına göre genellikle daha düşük olduğunu göstermektedir. Ancak, lise ile ilköğretim ($p=0,899$) ve lise ile doktora arasında ($p=0,221$) anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

İlköğretim mezunları ile diğer eğitim düzeyleri arasında yapılan karşılaştırmalarda, ilköğretim ile yüksek lisans arasında ($p=0,203$) ve ilköğretim ile

lisans arasında ($p=0,076$) anlamlı farklar bulunmamaktadır. Diğer karşılaştırmalar (ilköğretim ile doktora, $p=0,259$) istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Yüksek lisans mezunları ile lisans ($p=0,598$) ve doktora ($p=0,497$) mezunları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Lisans mezunları ile doktora mezunları arasındaki karşılaştırma da istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,568$).

Sonuç olarak, bu post-hoc analizler eğitim düzeyi grupları arasında dijital yeterlilik puanlarında çeşitli düzeylerde anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir. Genellikle, daha yüksek eğitim düzeyine sahip olan katılımcıların dijital yeterlilik puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Katılımcıların dijital yeterlilik ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırılması

	Gelir Düzeyi	N	Ortalama Sıralama	H	p
Dijital Yeterlilik Ölçeği	5.000 TL ve altı	1	24,50	7,476	0,188
	5.001-10.000 TL	13	93,54		
	10.001-15.000 TL	95	95,54		
	15.001-20.000 TL	58	115,87		
	20.001-25.000 TL	15	88,17		
	25.001 TL ve üzeri	18	96,69		

Tablo 3.12, katılımcıların Dijital Yeterlilik Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların gelir düzeyine göre karşılaştırılmasını göstermektedir. Tablodaki verilere göre, altı farklı gelir düzeyi grubu bulunmaktadır ve bu gruplar arasındaki ortalamalar Kruskal-Wallis H testi kullanılarak değerlendirilmiştir.

En düşük gelir düzeyi grubu olan "5.000 TL ve altı" kategorisi sadece 1 katılımcı içermektedir, bu nedenle istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Diğer gelir düzeyi grupları ise (5.001-10.000 TL, 10.001-15.000 TL, 15.001-20.000 TL, 20.001-25.000 TL, 25.001 TL ve üzeri) katılımcı sayıları ve bu grupların ortalama dijital yeterlilik puanları verilmiştir.

Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre elde edilen $H=7,476$ ve $p=0,188$ değerleri incelendiğinde, gelir düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Yani, katılımcıların dijital yeterlilik puanları açısından gelir düzeyleri arasında belirgin bir ilişki bulunmamaktadır.

Ancak, tablodaki ortalamalar incelendiğinde bazı eğilimler göze çarpmaktadır. Örneğin, 15.001-20.000 TL arasında gelire sahip katılımcıların dijital yeterlilik puanlarının diğer gruplara göre genellikle daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, gelir düzeyinin dijital yeterlilik üzerinde potansiyel bir etkisi olabileceğini ancak bu etkinin istatistiksel olarak güçlü olmadığını göstermektedir.

Tablo 3.13. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının yaşadıkları şehre göre karşılaştırılması

	Yaşanılan Şehir	N	Ortalama Sıralama	U	z	p
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	Sakarya	110	97,19	4585,5	-0,897	0,370
	Bolu	90	104,55			
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	Sakarya	110	87,70	3542,5	-3,465	0,000
	Bolu	90	116,14			
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	Sakarya	110	106,24	4319,0	-1,566	0,117
	Bolu	90	93,49			
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	Sakarya	110	91,00	3905,0	-2,568	0,010
	Bolu	90	112,11			

Tablo 3.13, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların yaşadıkları şehirlere göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Tablodaki verilere göre, Sakarya ve Bolu şehirlerindeki katılımcıların Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı, Vatandaşlık Dijital Güven Algısı, Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ve Dijital Vatandaşlık Ölçeği puanları karşılaştırılmıştır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda Sakarya ve Bolu arasında yapılan karşılaştırmada ($p=0,370$), istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, katılımcıların dijital yetkinlik algısının yaşadıkları şehre göre farklılık göstermediğini göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda ise ($p=0,000$), Sakarya ve Bolu arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Sakarya'daki katılımcılar, dijital güven algısı açısından daha düşük puanlar almışken, Bolu'daki katılımcılar daha yüksek puanlar

almıştır. Bu durum, yaşadıkları şehrin dijital güven algısını nasıl etkileyebileceğine dair önemli bir bulgu sağlamaktadır.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda ($p=0,117$), Sakarya ve Bolu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yani, katılımcıların dijital kaygı algısı yaşadıkları şehre bağlı olarak belirgin bir şekilde değişmemiştir.

Son olarak, Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nde ($p=0,010$), Sakarya ve Bolu arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Sakarya'daki katılımcılar, dijital vatandaşlık açısından daha düşük puanlar almışken, Bolu'daki katılımcılar daha yüksek puanlar almıştır. Bu bulgu, dijital vatandaşlık konusunda şehirler arası farklılıkların varlığını ve bu farklılıkların potansiyel nedenlerini anlamak için ileri araştırmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.14. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının yaşa göre karşılaştırılması

	Yaş	N	Ortalama Sıralama	H	p
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	18-25	18	112,92	2,758	0,599
	26-35	77	106,03		
	36-45	70	94,39		
	46-55	32	93,77		
	56 ve üzeri	3	98,33		
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	18-25	18	97,61	1,279	0,865
	26-35	77	98,79		
	36-45	70	101,23		
	46-55	32	107,28		
	56 ve üzeri	3	72,33		
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	18-25	18	87,19	2,463	0,651
	26-35	77	101,43		
	36-45	70	97,87		
	46-55	32	109,09		
	56 ve üzeri	3	126,17		
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	18-25	18	106,44	1,183	0,881
	26-35	77	104,15		
	36-45	70	95,21		
	46-55	32	100,94		
	56 ve üzeri	3	90,00		

Tablo 3.14, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların yaş gruplarına göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Tablodaki verilere göre, farklı yaş grupları arasında Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı, Vatandaşlık Dijital Güven Algısı, Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ve Dijital Vatandaşlık Ölçeği puanları karşılaştırılmıştır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda ($p=0,599$), yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu durum, katılımcıların dijital yetkinlik algısının yaşlarına bağlı olarak değişmediğini göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda ($p=0,865$), yaş grupları arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yani, katılımcıların dijital güven algısının yaşlarına göre değiştiği yönünde bir kanıt elde edilememiştir.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda ($p=0,651$), yaş grupları arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Bu sonuç, katılımcıların dijital kaygı algısının yaşlarına göre farklılık göstermediğini göstermektedir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nde ($p=0,881$) ise, yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yani, katılımcıların dijital vatandaşlık puanlarının yaşlarına göre belirgin bir şekilde değişmediği sonucuna varılmıştır.

Genel olarak, tablo, katılımcıların dijital vatandaşlık boyutları üzerinde yaşlarına bağlı olarak anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu bulgular, dijital vatandaşlık kavramının yaşa göre genel olarak homojen bir şekilde algılandığını ve yaş faktörünün bu konuda belirleyici olmadığını işaret etmektedir.

Tablo 3.15. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıralama	U	z	p
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	Kadın	75	96,74	4405,5	-0,713	0,476
	Erkek	125	102,76			
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	Kadın	75	90,93	3970,0	-1,815	0,069
	Erkek	125	106,24			

Tablo 3.15. (devam). Katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Aldıkları Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıralama	U	z	p
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	Kadın	75	100,81	4664,5	-0,059	0,953
	Erkek	125	100,32			
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	Kadın	75	92,16	4062,0	-1,579	0,114
	Erkek	125	105,50			

Tablo 3.15, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların cinsiyetlerine göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Tablodaki verilere göre, kadınlar ve erkekler arasında Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı, Vatandaşlık Dijital Güven Algısı, Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ve Dijital Vatandaşlık Ölçeği puanları karşılaştırılmıştır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda ($p=0,476$), kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu durum, kadınlar ve erkeklerin dijital yetkinlik algısının benzer olduğunu göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda ($p=0,069$), kadınlar ve erkekler arasında anlamlılık düzeyine yakın bir farklılık bulunmuştur. Ancak, p değeri 0,05'ten büyük olduğu için istatistiksel olarak anlamlı bir fark olarak kabul edilmemektedir. Bu sonuç, cinsiyetin dijital güven algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını ancak bir eğilim gösterebileceğini düşündürmektedir.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda ($p=0,953$), kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, kadınlar ve erkeklerin dijital kaygı algısının benzer şekilde dağıldığını göstermektedir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nde ($p=0,114$), kadınlar ve erkekler arasında anlamlılık düzeyine yakın bir farklılık bulunmuştur. Ancak, yine p değeri 0,05'ten büyük olduğu için istatistiksel olarak anlamlı bir fark olarak kabul edilmemektedir. Bu bulgu, cinsiyetin dijital vatandaşlık algısı üzerinde belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir.

Tablo 3.16. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması

	Medeni Durum	N	Ortalama Sıralama	H	p
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	Evli	138	96,69	2,477	0,290
	Bekar	59	110,19		
	Diğer	3	85,00		
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	Evli	138	103,49	2,888	0,236
	Bekar	59	91,69		
	Diğer	3	136,17		
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	Evli	138	104,47	6,033	0,049
	Bekar	59	88,43		
	Diğer	3	155,33		
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	Evli	138	99,43	0,941	0,625
	Bekar	59	101,40		
	Diğer	3	131,83		

Tablo 3.16, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların medeni duruma göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Tablodaki verilere göre, evli, bekar ve diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasında Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı, Vatandaşlık Dijital Güven Algısı, Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ve Dijital Vatandaşlık Ölçeği puanları karşılaştırılmıştır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda ($p=0,290$), evli, bekar ve diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, katılımcıların dijital yetkinlik algısının medeni durumlarına göre değişmediğini göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda ($p=0,236$), evli, bekar ve diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu durum, katılımcıların dijital güven algısının medeni durumlarına göre farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda ise ($p=0,049$), medeni durumlar arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Evli katılımcılar, dijital kaygı algısı

açısından daha yüksek puanlar almışken, bekar katılımcılar ve özellikle diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasında kaygı algısı daha düşüktür. Bu durum, medeni durumun dijital kaygı algısını etkileyebileceğini göstermektedir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nde ($p=0,625$), evli, bekar ve diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, dijital vatandaşlık algısının medeni duruma göre belirgin bir şekilde değişmediğini göstermektedir.

Genel olarak, tablo, medeni durumun dijital vatandaşlık boyutları üzerinde bazı etkilerinin olabileceğini göstermektedir. Özellikle dijital kaygı algısı boyutunda anlamlı farkların bulunması, medeni durumun bu algıyı etkileyebileceğini işaret etmektedir. Ancak, dijital yetkinlik ve güven algısı ile genel dijital vatandaşlık algısı üzerinde medeni durumun belirleyici bir faktör olmadığı görülmektedir.

Tablo 3.17. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılması, Post-Hoc

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı			
	Test İstatistiği	Std. Hata	p
Bekar-Evli	16,035	8,908	0,072
Bekar-Diğer	-66,901	33,892	0,048
Evli-Diğer	-50,866	33,420	0,128

Tablo 3.17, katılımcıların Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı puanlarının medeni duruma göre karşılaştırılmasına yönelik post-hoc analiz sonuçlarını göstermektedir.

Bekar ve diğer medeni duruma sahip katılımcılar arasındaki karşılaştırmada ($p=0,048$), istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu sonuca göre, bekar katılımcılar, diğer medeni duruma sahip katılımcılara kıyasla daha düşük dijital kaygı algısına sahiptir. Bu fark, medeni durumun dijital kaygı algısı üzerinde önemli bir etkisi olabileceğini göstermektedir.

Tablo 3.18. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırılması

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Sıralama	H	p
Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	İlköğretim	9	101,44	2,554	0,768
	Ortaöğretim	9	120,33		
	Lise	54	97,93		
	Lisans	103	97,38		
	Yüksek Lisans	24	112,46		
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	İlköğretim	9	109,83	4,874	0,431
	Ortaöğretim	9	126,78		
	Lise	54	102,80		
	Lisans	103	99,57		
	Yüksek Lisans	24	83,96		
	Doktora	1	148,50		
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	İlköğretim	9	108,61	2,972	0,704
	Ortaöğretim	9	100,28		
	Lise	54	102,15		
	Lisans	103	95,57		
	Yüksek Lisans	24	112,73		
	Doktora	1	154,50		
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	İlköğretim	9	116,28	4,16	0,527
	Ortaöğretim	9	128,61		
	Lise	54	99,73		
	Lisans	103	95,65		
	Yüksek Lisans	24	104,92		
	Doktora	1	141,00		

Tablo 3.18, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların eğitim durumuna göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Eğitim düzeyleri ilköğretim, ortaöğretim, lise, lisans, yüksek lisans ve doktora olarak kategorize edilmiştir ve her bir eğitim grubunun ortalama sıralama puanları ve istatistiksel anlamlılık düzeyleri incelenmiştir.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda, eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,768$). Bu durum,

katılımcıların dijital yetkinlik algılarının eğitim seviyelerine göre değişmediğini göstermektedir. Ortalama sıralama puanları incelendiğinde, en yüksek puanı ortaöğretim mezunları alırken, doktora mezunu olan tek katılımcının en düşük puanı aldığı görülmektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda da eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,431$). Bu, katılımcıların dijital güven algılarının eğitim seviyelerine göre önemli bir değişiklik göstermediğini ifade etmektedir. Ortalama sıralama puanlarına göre, doktora mezunu olan katılımcının en yüksek puanı aldığı, yüksek lisans mezunlarının ise en düşük puanı aldığı görülmektedir.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda da eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,704$). Bu sonuç, dijital kaygı algısının eğitim seviyesine göre belirgin bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Ancak, doktora mezunu olan tek katılımcının dijital kaygı algısının diğer gruplara göre oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği genel puanları incelendiğinde, eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($p=0,527$). Bu bulgu, dijital vatandaşlık algısının eğitim seviyelerine göre büyük ölçüde sabit kaldığını göstermektedir. Ortalama sıralama puanlarına bakıldığında, ortaöğretim mezunlarının en yüksek puanı aldığı, lisans mezunlarının ise en düşük puanı aldığı görülmektedir.

Tablo 3.19. Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırılması

	Gelir Düzeyi	N	Ortalama Sıralama	H	p
Vatandaşlık Dijital Yeterlilik Algısı	5.000 TL ve altı	1	105,00	3,346	0,647
	5.001-10.000 TL	13	106,08		
	10.001-15.000 TL	95	92,88		
	15.001-20.000 TL	58	107,53		
	20.001-25.000 TL	15	112,53		

Tablo 3.19. (devam). Katılımcıların dijital vatandaşlık ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırılması

	Gelir Düzeyi	N	Ortalama Sıralama	H	p
	25.001 TL ve üzeri	18	103,78		
Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	5.000 TL ve altı	1	148,50	5,037	0,411
	5.001-10.000 TL	13	114,69		
	10.001-15.000 TL	95	102,73		
	15.001-20.000 TL	58	99,94		
	20.001-25.000 TL	15	103,07		
	25.001 TL ve üzeri	18	75,47		
Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	5.000 TL ve altı	1	98,00	3,128	0,680
	5.001-10.000 TL	13	94,65		
	10.001-15.000 TL	95	100,48		
	15.001-20.000 TL	58	93,59		
	20.001-25.000 TL	15	113,80		
	25.001 TL ve üzeri	18	116,11		
Dijital Vatandaşlık Ölçeği	5.000 TL ve altı	1	120,00	3,754	0,585
	5.001-10.000 TL	13	110,38		
	10.001-15.000 TL	95	96,39		
	15.001-20.000 TL	58	105,32		
	20.001-25.000 TL	15	116,33		
	25.001 TL ve üzeri	18	85,22		

Tablo 3.19, katılımcıların Dijital Vatandaşlık Ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları toplam puanların gelir düzeyine göre nasıl değiştiğini göstermektedir. Gelir düzeyleri, 5.000 TL ve altı, 5.001-10.000 TL, 10.001-15.000 TL, 15.001-20.000 TL, 20.001-25.000 TL ve 25.001 TL ve üzeri olarak kategorize edilmiştir. Her bir gelir grubunun ortalama sıralama puanları ve istatistiksel anlamlılık düzeyleri incelenmiştir.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı boyutunda, farklı gelir grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,647$). Bu sonuç, katılımcıların dijital yetkinlik algılarının gelir seviyelerine göre değişmediğini göstermektedir. Ortalama sıralama puanlarına göre en yüksek puanı 20.001-25.000

TL gelir grubundaki katılımcılar alırken, en düşük puanı 10.001-15.000 TL gelir grubundaki katılımcılar almıştır.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı boyutunda da gelir grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,411$). Bu, katılımcıların dijital güven algılarının gelir seviyelerine göre önemli bir değişiklik göstermediğini ifade etmektedir. Ortalama sıralama puanlarına bakıldığında, en yüksek puanı 5.000 TL ve altı gelir grubundaki katılımcı alırken, 25.001 TL ve üzeri gelir grubundaki katılımcılar en düşük puanı almıştır.

Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı boyutunda gelir grupları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür ($p=0,680$). Bu, dijital kaygı algısının gelir seviyesine göre önemli bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Ortalama sıralama puanlarına göre en yüksek puanı 25.001 TL ve üzeri gelir grubundaki katılımcılar alırken, 5.001-10.000 TL gelir grubundaki katılımcılar en düşük puanı almıştır.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği genel puanları incelendiğinde, gelir grupları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($p=0,585$). Bu bulgu, dijital vatandaşlık algısının gelir seviyelerine göre büyük ölçüde sabit kaldığını göstermektedir. Ortalama sıralama puanlarına bakıldığında, en yüksek puanı 20.001-25.000 TL gelir grubundaki katılımcılar alırken, 25.001 TL ve üzeri gelir grubundaki katılımcılar en düşük puanı almıştır.

3.5 Korelasyon Analizi

Tablo 3.20. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların korelasyon analizi

	Spearman	1	2	3	4	5
1- Dijital Yeterlilik Ölçeği	r	1,000				
	p					
2- Dijital Vatandaşlık Ölçeği	r	-0,059	1,000			
	p	0,410				
	Spearman	1	2	3	4	5
3- Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı	r	0,024	,763**	1,000		
	p	0,736	0,000			

Tablo 3.20. (devam). Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların korelasyon analizi

	Spearman	1	2	3	4	5
4- Vatandaşlık Dijital Güven Algısı	r	-0,104	,591**	0,058	1,000	
	p	0,143	0,000	0,414		
5- Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı	r	-0,091	,185**	-,258**	,247**	1,000
	p	0,202	0,009	0,000	0,000	

Tablo 3.20, çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutların korelasyon analizini sunmaktadır. Spearman korelasyon katsayıları ve bu katsayıların anlamlılık düzeyleri belirtilmiştir. Bu analiz, değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemekte ve hangi değişkenlerin birbirleriyle ne derece ilişkili olduğunu göstermektedir.

Dijital Yeterlilik Ölçeği ile diğer ölçekler arasındaki korelasyon incelendiğinde, Dijital Vatandaşlık Ölçeği ($r = -0,059$, $p = 0,410$), Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı ($r = 0,024$, $p = 0,736$), Vatandaşlık Dijital Güven Algısı ($r = -0,104$, $p = 0,143$) ve Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ($r = -0,091$, $p = 0,202$) ile anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar, Dijital Yeterlilik Ölçeği'nin diğer ölçeklerle bağımsız olduğunu göstermektedir.

Dijital Vatandaşlık Ölçeği ile diğer alt boyutlar arasındaki korelasyonlara bakıldığında, Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı ile çok güçlü ve pozitif bir ilişki ($r = 0,763$, $p = 0,000$) olduğu görülmektedir. Bu, dijital vatandaşlık algısının yüksek olduğu bireylerin dijital yetkinlik algılarının da yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Dijital Vatandaşlık Ölçeği ile Vatandaşlık Dijital Güven Algısı ($r = 0,591$, $p = 0,000$) ve Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ($r = 0,185$, $p = 0,009$) arasında da pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bu durum, dijital vatandaşlık algısının, dijital güven ve dijital kaygı ile de ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Vatandaşlık Dijital Yetkinlik Algısı ile diğer alt boyutlar arasında da dikkat çekici ilişkiler vardır. Vatandaşlık Dijital Güven Algısı ile anlamlı bir ilişki bulunmamakla birlikte ($r = 0,058$, $p = 0,414$), Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı ile negatif ve anlamlı bir ilişki ($r = -0,258$, $p = 0,000$) vardır. Bu sonuç, dijital yetkinlik

algısı yüksek olan bireylerin dijital kaygı seviyelerinin düşük olma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Vatandaşlık Dijital Güven Algısı ile Vatandaşlık Dijital Kaygı Algısı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,247$, $p = 0,000$). Bu, dijital güven algısı yüksek olan bireylerin dijital kaygılarının da yüksek olabileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, bu korelasyon analizi, dijital vatandaşlık ve alt boyutlar arasındaki çeşitli ilişkileri ortaya koymaktadır. Dijital vatandaşlık algısının dijital yetkinlik ve güven ile güçlü ilişkileri varken, dijital yeterlilik ile diğer alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

3.6 Regresyon Analizi

Tablo 3.21. Çalışmada kullanılan ölçeklerin regresyon analizi

Model Özeti						
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Std. Hatası	Tahmin	
1	,087	0,008	0,003	0,69379		
Bağımsız Değişken: Dijital Vatandaşlık Ölçeği						
ANOVA ^a						
Model		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
1	Regresyon	0,725	1	0,725	1,507	221 ^b
	Artık	95,307	198	0,81		
	Toplam	96,033	199			
a. Bağımlı Değişken: Dijital Yeterlilik Ölçeği						
b. Bağımsız Değişken: Dijital Vatandaşlık Ölçeği						
Katsayılar ^a						
Model		Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	4,182	0,355		11,783	0,000
	Dijital Yeterlilik	-0,120	0,098	-0,087	-1,228	0,221
a. Bağımlı Değişken: Dijital Yeterlilik Ölçeği						

Tablo 3.21, çalışmada kullanılan ölçeklerin regresyon analizinin sonuçlarını sunmaktadır. Bu analiz, Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin Dijital Yeterlilik Ölçeği üzerindeki etkisini incelemektedir.

Model Özeti bölümünde, R, R^2 , düzeltilmiş R^2 ve standart tahmin hatası değerleri yer almaktadır. R değeri 0,087, R^2 değeri 0,008 ve düzeltilmiş R^2 değeri 0,003 olarak bulunmuştur. Bu değerler, Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin Dijital Yeterlilik Ölçeği'ni açıklama gücünün çok düşük olduğunu göstermektedir. R^2 değerinin 0,008 olması, bağımsız değişkenin bağımlı değişkendeki varyansın sadece %0,8'ini açıkladığını ifade etmektedir.

ANOVA tablosu, regresyon modelinin genel anlamlılığını test etmektedir. Regresyon için kareler toplamı 0,725, serbestlik derecesi (df) 1 ve ortalama kare 0,725 olarak belirtilmiştir. Artık kareler toplamı 95,307, serbestlik derecesi 198 ve ortalama kare 0,81 olarak bulunmuştur. F değeri 1,507 olup, anlamlılık düzeyi (p) 0,221'dir. Bu p değeri 0,05'ten büyük olduğundan, modelin genel olarak anlamlı olmadığı sonucuna varılmaktadır. Yani, Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin Dijital Yeterlilik Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

Katsayılarla ilişkin tabloda, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin büyüklüğü ve anlamlılığı değerlendirilmiştir. Sabit terim için B değeri 4,182, standart hata 0,355 ve t değeri 11,783 olup, p değeri 0,000'dir. Bu sonuç, sabit terimin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ancak, bağımsız değişken olan Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin B değeri -0,120, standart hata 0,098, Beta değeri -0,087, t değeri -1,228 ve p değeri 0,221 olarak bulunmuştur. Bu p değeri de 0,05'ten büyük olduğundan, Dijital Vatandaşlık Ölçeği'nin Dijital Yeterlilik Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Sonuç olarak, bu regresyon analizi, Dijital Vatandaşlığın Dijital Yeterlilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olmadığını göstermektedir. Bu, dijital vatandaşlık algısının bireylerin dijital yeterlilik düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilemediğini ortaya koymaktadır.

4.TARTIŞMA

Bu çalışmada, dijital halkla ilişkilerde belirleyici faktörler olarak dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın temel amacı, bireylerin dijital yeterlilik düzeylerinin ve dijital vatandaşlık algılarının, dijital halkla ilişkiler bağlamında nasıl etkileştiğini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, katılımcıların demografik özelliklerine göre dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık düzeyleri karşılaştırılmış ve aralarındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

Literatür taraması yapıldığında, dijital yeterlilik ile ilgili yapılan çalışmaların hemen hemen hepsinin eğitim alanında yapıldığı görülmüştür. Bu durum göz önünde bulundurularak çalışmamızın bulguları literatürdeki çalışmalarla tartışılmıştır. Ocak 2020'de Çin'de ortaya çıkan ve tüm dünyaya hızla yayılan Covid-19 salgını, Türkiye'de dijital yetkinlikleri değerlendirmeye yönelik çalışmaların önemli ölçüde artmasına neden olmuştur (Şahin ve Ulucan, 2023; Reisoğlu ve Çebi, 2020).

Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre dağılımı incelendiğinde, %55'inin Sakarya'da, %45'inin ise Bolu'da yaşadığı görülmektedir. Bu dağılım, araştırmanın her iki şehirde de önemli bir katılımcı kitlesiyle gerçekleştirildiğini ve sonuçların iki farklı şehirdeki dijital halkla ilişkiler uygulamaları için genellenebilir olduğunu göstermektedir.

Yaş gruplarına göre dağılımda, 26-35 yaş aralığındaki katılımcıların %38,5 ile en büyük grubu oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bunu, %35 ile 36-45 yaş aralığındaki katılımcılar takip etmektedir. 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar %9, 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar %16 ve 56 yaş ve üzerindeki katılımcılar ise %1,5 oranında temsil edilmektedir. Bu dağılım, araştırmanın daha çok orta yaş grubundaki bireyler tarafından yanıtladığını göstermektedir.

Cinsiyet dağılımına bakıldığında, katılımcıların %37,5'i kadın, %62,5'i erkektir. Erkek katılımcıların oranının kadınlara kıyasla belirgin şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, araştırmanın cinsiyet dengesi açısından erkek katılımcılar lehine bir eğilim gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Medeni durum açısından katılımcıların %69'u evli, %29,5'i bekar ve %1,5'i diğer kategorisinde yer almaktadır.

Eğitim durumu dağılımında, katılımcıların %51,5'i lisans mezunu, %27'si lise mezunu, %12'si yüksek lisans mezunu, %4,5'i ilköğretim ve %4,5'i ortaöğretim

mezunu, %0,5'i ise doktora mezunudur. Bu dağılım, yüksek eğitim düzeyine sahip katılımcıların araştırmada daha fazla yer aldığını işaret etmektedir. Yüksek eğitim düzeyi, bireylerin dijital teknolojileri daha etkin kullanmalarını ve dijital vatandaşlık algılarının daha gelişmiş olmasını sağlayabilir.

Gelir düzeyi dağılımında ise, katılımcıların %47,5'i 10.001-15.000 TL arası gelir düzeyine sahipken, %29'u 15.001-20.000 TL arası, %9'u 25.001 TL ve üzeri, %7,5'i 20.001-25.000 TL arası, %6,5'i 5.001-10.000 TL arası ve %0,5'i 5.000 TL ve altı gelir seviyesinde yer almaktadır. Bu dağılım, katılımcıların büyük çoğunluğunun orta ve üst gelir düzeyinde olduğunu göstermektedir. Orta ve üst gelir düzeyindeki bireylerin dijital teknolojilere erişim imkanlarının daha fazla olması, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarının gelişmiş olmasına katkıda bulunabilir.

Analizler, Sakarya ve Bolu illerinde yaşayan katılımcıların dijital yeterlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymuştur. Sakarya'da yaşayan katılımcılar, Bolu'da yaşayanlara göre daha yüksek dijital yeterlilik puanlarına sahiptir. Bu bulgu, şehirler arasındaki dijital altyapı farklılıklarının, eğitim ve teknolojiye erişim olanaklarının bireylerin dijital yeterlilik düzeylerini etkileyebileceğini göstermektedir. Sakarya'nın daha gelişmiş dijital altyapıya ve eğitim olanaklarına sahip olabileceği düşünülmektedir.

Yaş'a göre yapılan analizler, 18-25 yaş grubundaki katılımcıların dijital yeterlilik düzeylerinin diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Genç yaş gruplarının dijital teknolojilere daha aşina olması ve bu teknolojileri günlük yaşamda daha yoğun kullanmaları, bu sonucun temel nedenlerinden biri olabilir. Ayrıca, dijital eğitim programlarının genç yaş gruplarına daha fazla erişim sağlaması da önemli bir etkidir.

Veriler gençlerin daha yüksek düzeyde dijital yeterliliğe sahip olduğunu göstermektedir. Kaya Özgül vd. (2023), özellikle 22-32 yaş arasındaki bireylerin, 33-43 ve 44-54 yaşlarındakilere kıyasla daha yüksek bir dijital okuryazarlık düzeyi sergilediğini bulmuşlardır. Benzer şekilde Korkmaz (2020) çalışmasında yaş arttıkça dijital okuryazarlığın azalma eğiliminde olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca Dias Trindade vd. (2021) yaptıkları araştırmada 40 yaşın altındaki bireylerin yüksek düzeyde dijital yeterlilik sergilediğini keşfetmişlerdir. Bu bulgular genç bireylerin daha gelişmiş dijital becerilere sahip olabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, yaş ile dijital yeterlilik arasındaki ilişki karmaşıktır ve daha fazla araştırmayı

gerektirmektedir. Gelecekteki çalışmalar, yaş değişkenini etkileyebilecek diğer değişkenleri de dahil etmeyi düşünmelidir.

Cinsiyete göre yapılan analizler, kadın katılımcıların dijital yeterlilik puanlarının erkek katılımcılardan anlamlı derecede yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, kadınların dijital teknolojilere ve dijital becerilere yönelik daha yüksek motivasyon ve ilgi duyduğunu gösterebilir. Aynı zamanda, kadınların dijital halkla ilişkiler ve iletişim stratejilerinde daha etkin rol oynadığını da işaret edebilir.

Araştırmalar, erkeklerin dijital teknolojilere, özellikle de dijital oyunlara daha fazla ilgi duyma eğiliminde olduklarını ve erkekler ile dijital teknolojiler arasında genel bir ilişki olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak dijital yeterlilikteki cinsiyet eşitsizliğinin bu faktörlerden etkilenebileceği öne sürülmüştür (Karakuş ve Ocak, 2019). Ancak bu konuda bizim bulgularımızla örtüşen çalışmalar da mevcuttur. Fidan ve Cura Yeleğen (2022) tarafından yapılan araştırmada cinsiyet faktörü dikkate alındığında kadın öğretmenler lehine anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Benzer şekilde Keskin ve Küçük (2021) ve Kaya Özgül vd. (2023) verilerin normal dağılım gösterdiğini ve cinsiyete göre kayda değer bir farklılık olmadığını tespit etmiştir.

Medeni duruma göre dijital yeterlilik puanları karşılaştırıldığında, bekar katılımcıların evli katılımcılardan daha yüksek puanlar aldığı görülmüştür. Bekar bireylerin dijital araçlarla daha fazla etkileşimde bulunmaları, bu farkın nedenleri arasında sayılabilir. Dijital platformların sosyal ilişkilerdeki rolü de bu farkı açıklamaya yardımcı olabilir.

Eğitim durumuna göre yapılan analizler, eğitim düzeyi arttıkça dijital yeterlilik puanlarının da arttığını göstermiştir. Lisans ve yüksek lisans mezunları, ilköğretim ve ortaöğretim mezunlarına göre daha yüksek dijital yeterlilik puanlarına sahiptir. Bu sonuç, eğitim düzeyinin dijital becerilerin gelişiminde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Yüksek eğitim düzeyi, bireylerin dijital araçları daha etkin kullanmalarını ve dijital bilgiye daha kolay erişmelerini sağlamaktadır.

Dijital vatandaşlık ölçeği ve alt boyutları incelendiğinde, Sakarya'da yaşayan katılımcıların genel dijital vatandaşlık algısının Bolu'da yaşayanlardan daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Ancak, dijital güven algısında Sakarya'daki katılımcıların daha düşük puanlar aldığı belirlenmiştir. Bu bulgu, şehirler arasındaki

güvenlik ve dijital okuryazarlık farklarının bireylerin dijital vatandaşlık algılarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Yaşa göre dijital vatandaşlık ölçeği puanları karşılaştırıldığında, yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu durum, dijital vatandaşlık algısının yaşa göre belirgin bir farklılık göstermediğini ve her yaş grubunun dijital vatandaşlık konusunda benzer algılara sahip olduğunu düşündürmektedir. Cinsiyet bazında yapılan analizler, kadın ve erkek katılımcıların dijital vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, cinsiyetin dijital vatandaşlık algısında belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir.

Literatürde bu buluşlara destek sağlayan çalışmalar yer almaktadır (Er Türküresin, 2022; Karakuş ve Turan, 2022). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında yetişkinlerin dijital vatandaşlık alt boyutlarının farklı örüntüler sergilediği görülmektedir. Babalar, dijital ticaret ve dijital güvenlik alanlarında annelerden daha iyi performans gösterirken, anneler dijital etik alanında öne çıkmaktadır. Erkeklerin dijital ticaret ve dijital güvenlikteki üstün performansının, geleneksel cinsiyet rollerinden etkilenen dijital teknolojilere olan daha fazla deneyim veya ilgilerine atfedilebileceği varsayılmaktadır. Aslında önceki araştırmalar, cinsiyet rollerinin bireylerin dijital vatandaşlık düzeyini etkileyebileceğini, erkeklerin dijital ticaret ve güvenlik konularında daha fazla yeterlilik sergilediğini öne sürmektedir (Ali vd., 2023; Sobieraj ve Krämer, 2020).

Medeni duruma göre dijital vatandaşlık ölçeği ve alt boyutları incelendiğinde, evli ve bekar katılımcılar arasında dijital kaygı algısı boyutunda anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Bekar katılımcılar, evli katılımcılara göre daha düşük dijital kaygı algısına sahiptir. Bu fark, bekar bireylerin dijital dünyada daha bağımsız hareket edebilmeleri ve daha az endişe duymaları ile açıklanabilir.

Dijital vatandaşlık puanları eğitim düzeyine göre incelendiğinde, eğitim düzeyi ile dijital vatandaşlık algısı arasında kayda değer bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla eğitim düzeyinin kişinin dijital vatandaşlık algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna varılabilir. İlginç bir şekilde bu bulgular, yetişkinler arasında eğitim düzeyi ile dijital vatandaşlık düzeyi arasında pozitif bir ilişki olduğunu öne süren önceki çalışmalardan (Choi, 2018; Shi vd., 2022) farklılık göstermektedir. Bu çalışmalara göre eğitim düzeyi arttıkça yetişkinlerin dijital vatandaşlık düzeyi de artmaktadır. Gelir düzeyine göre yapılan

analizler, dijital vatandaşlık ölçeği ve alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuç, bireylerin dijital vatandaşlık algılarının gelir düzeylerinden bağımsız olduğunu işaret etmektedir.

Yapılan korelasyon analizi, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık ölçekleri arasında düşük seviyede negatif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, dijital yeterlilik düzeyinin dijital vatandaşlık algısı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, regresyon analizi de dijital vatandaşlık ölçeğinin dijital yeterlilik ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermiştir. Bu sonuçlar, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki ilişkinin karmaşık olduğunu ve diğer faktörlerin de bu ilişkiyi etkileyebileceğini düşündürmektedir.

Bu çalışmada daha yüksek dijital yeterlilik gösteren katılımcıların, dijital haklara saygı gösterme, çevrimiçi güvenliği uygulama ve çevrimiçi topluluklara yapıcı bir şekilde katkıda bulunma gibi dijital vatandaşlıkla ilişkili davranışları sergileme olasılıkları da daha yüksektir. Bu bulgular, dijital vatandaşlık müfredatının temel bir bileşeni olarak dijital yeterliliği vurgulamak için eğitim müdahalelerine olan ihtiyacı vurgulamaktadır (Choi, 2016).

Dijital beceriler etik çevrimiçi davranışla güçlü bir şekilde ilişkilendirilirken, yüksek dijital yeterliliğe sahip bazı katılımcılar çevrimiçi karmaşık etik ikilemlerde gezinmede zorluklar bildirmişlerdir. Bu bulgu, teknik yeterliliğin tek başına sorumlu dijital davranışa tam olarak dönüşemeyebileceği dijital vatandaşlığın çok yönlü doğasını yansıtmaktadır. Jones ve Mitchell'in (2016) önerdiği gibi, eleştirel düşünme ve etik muhakeme becerilerinin geliştirilmesi bu boşluğu kapatmak için esastır. Bu nedenle eğitim programları, kullanıcıların yalnızca dijital dünyada gezinmek için değil, aynı zamanda bunu sorumlu bir şekilde yapmak için de donatıldığından emin olmak için dijital etik hakkındaki tartışmaları teknik eğitimle birleştirmelidir.

Çalışma ayrıca dijital yeterlilik ve vatandaşlık arasındaki ilişkide sosyo-demografik çeşitlilikleri de ortaya çıkarmıştır. Örneğin, daha genç katılımcılar daha yüksek teknik yeterlilik göstermişlerdir ancak yaşlı katılımcılara kıyasla yansıtıcı çevrimiçi uygulamalara katılma olasılıkları daha düşüktür. Bu, dijital beceri uygulamasında ve etik akıl yürütmede nesiller arası farklılıkları gözlemleyen Helsper ve Eynon'un (2013) bulgularını yansıtmaktadır. Politika yapımcılar ve eğitimciler, müdahaleleri belirli demografik gruplara göre uyarlayarak bu

farklılıkları ele almalı ve herkesin hem dijital yeterlilik hem de vatandaşlık geliştirmesi için eşit fırsatlar sağlamalıdır.

Dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki ilişki, dijital eğitimi tüm okul seviyelerine entegre etmeyi amaçlayan politika önlemlerinin önemini vurgular. Politika yapıcılar, teknik becerilerin ötesine geçerek çevrimiçi katılımın etik, kültürel ve sosyal boyutlarını kapsayan kapsamlı dijital okuryazarlık programlarının dahil edilmesine öncelik vermelidir. Ayrıca, eğitim kurumları, teknoloji sağlayıcıları ve sivil toplum örgütleri arasındaki ortaklıkların teşvik edilmesi, bu girişimlerin erişimini ve etkisini artırabilir (Livingstone vd., 2017).

Çalışmanın katkılarına rağmen, birkaç sınırlamanın dikkate alınmasında fayda vardır. Kesitsel tasarım, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasında nedensellik kurma yeteneğini sınırlandırmaktadır. Bu yapıların zaman içinde nasıl etkileşime girdiğini keşfetmek için uzunlamasına çalışmalara ihtiyaç vardır. Ek olarak, çalışma dijital davranışın kendi kendine bildirilen ölçümlerini kullanırken, gelecekteki araştırmalar olası önyargıları azaltmak için gözlemsel verileri dahil etmekten faydalanabilir. Örneklemin kırsal veya ekonomik olarak dezavantajlı geçmişlere sahip bireyler gibi yeterince temsil edilmeyen grupları içerecek şekilde genişletilmesi, bulguların genelleştirilebilirliğini artıracaktır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak, bu çalışma dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlığın birbirine bağlılığını güçlendirerek, dijital etkileşimin teknik, etik ve yansıtıcı boyutlarını bütünleştiren bütünsel eğitim yaklaşımlarına olan ihtiyacı vurgulamaktadır. Dijital ortamlar gelişmeye devam ettikçe, bu becerilerin geliştirilmesi, bireylerin dijital çağın karmaşıklıklarında sorumlu ve etkili bir şekilde gezinmelerini sağlamak için çok önemli olacaktır.

Çalışmanın sonuçları, teknik becerileri etik çevrimiçi uygulamalara dönüştürmede boşluklar kaldığını göstermektedir. Nesiller arası farklılıklar, sosyo-demografik eşitsizlikler ve dijital eğitime erişimin farklı düzeyleri gibi faktörler, bu ilişkinin önemli etkenleri olarak belirlenmiştir. Bu, bu engelleri ele alan ve müdahaleleri belirli nüfus ihtiyaçlarına göre uyarlayan bütünsel dijital eğitim yaklaşımlarına olan ihtiyacı vurgulamaktadır (Helsper ve Eynon, 2013; Livingstone vd., 2017).

Çalışma, katkılarına rağmen, nedensel çıkarımları kısıtlayan kendi kendine bildirilen verilere ve kesitsel tasarıma güvenmesi gibi sınırlamalarını kabul etmektedir. Bununla birlikte, bulgular dijital yeterlilik ve vatandaşlık üzerine büyüyen literatüre katkıda bulunmakta ve eğitimciler, politika yapımcılar ve araştırmacılar için eyleme geçirilebilir içgörüler sunmaktadır. Bu içgörüler, bireyleri dijital ortamlarda sorumlu ve etkili bir şekilde gezinmek için gereken hem teknik hem de etik becerilerle donatmanın aciliyetini vurgulamaktadır.

Gelir düzeyi arttıkça dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algıları da artmaktadır. Yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin dijital teknolojilere erişim imkanlarının daha fazla olması, bu bulguyu desteklemektedir. Yüksek dijital yeterlilik, bireylerin dijital vatandaşlık algılarını olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum, dijital yeterliliğin dijital dünyada bilinçli ve güvenli bir şekilde hareket edebilme yeteneğini artırdığını göstermektedir.

Dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarını artırmak için çeşitli eğitim programları düzenlenmelidir. Bu programlar, özellikle orta yaş ve üzeri bireylere, dijital teknolojileri etkin ve güvenli bir şekilde kullanma becerileri kazandırmayı hedeflemelidir.

Dijital güvenlik konularında farkındalık artırıcı kampanyalar ve eğitimler düzenlenmelidir. Eğitim seviyesini artırıcı politikalar ve dijital teknolojilere erişimi

kolaylaştırıcı ekonomik destekler sağlanmalıdır. Bu, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarının toplum genelinde yükselmesine katkı sağlayacaktır. Şehirler arasındaki dijital altyapı farklılıklarını azaltmak için yatırımlar yapılmalıdır. Özellikle dijital teknolojilere erişim ve eğitim olanakları artırılmalıdır. Bu, dijital yeterlilik düzeylerinin eşitlenmesine ve dijital vatandaşlık algılarının güçlenmesine yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak, bu araştırma, dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarının, bireylerin demografik özelliklerine göre farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu bulgular, dijital halkla ilişkilerde daha etkin stratejiler geliştirmek için önemli ipuçları sunmaktadır. Dijital dünyada bilinçli ve güvenli bir şekilde hareket edebilmek için dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık algılarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, eğitim programları, toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları, dijital güvenlik farkındalığı ve şehirler arası dijital eşitlik gibi çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu önerilerin hayata geçirilmesi, dijital halkla ilişkilerin daha etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesine katkı sağlayacaktır.

Bulgulara dayanarak gelecekteki araştırmalar yoluyla dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki ilişkiyi güçlendirmek için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

Eğitim kurumları, teknik becerileri eleştirel düşünme ve etik muhakemeyle birleştiren kapsamlı dijital eğitim programları uygulamalıdır. Dijital vatandaşlığın çok boyutlu doğasını ele alarak, bu programlar öğrencileri dijital alanlarda bilinçli ve sorumlu kararlar almaya hazırlayabilir. Örneğin, çevrimiçi güvenlik, yanlış bilgi tespiti ve teknoloji kullanımının etik etkileri üzerine modüllerin tanıtılması, yeterlilik ve davranış arasındaki boşluğu kapatabilir (Choi, 2016; Jones ve Mitchell, 2016).

Teknik beceriler önemli olsa da bu çalışma dijital vatandaşlığın temel bileşenleri olarak eleştirel düşünme ve etik muhakemenin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Okullar ve eğitim merkezleri, öğrencilerin karmaşık dijital ikilemlerde yol almalarına yardımcı olmak için problem tabanlı öğrenme, vaka çalışmaları ve gerçek dünya simülasyonları kullanmalıdır. Bu uygulamalar, bireylerin teknik becerilerini etik açıdan sağlam şekillerde uygulamalarına yardımcı olabilir ve böylece dijital katılımın kalitesini artırabilir (Van Laar vd, 2019).

Dijital yeterlilik ve vatandaşlıkta gözlemlenen sosyo-demografik farklılıklar, hedefli müdahaleleri gerekli kılmaktadır. Örneğin, daha genç bireyler

yansıtıcı çevrimiçi uygulamaları vurgulayan programlardan faydalanabilirken, daha yaşlı yetişkinler yeterliliklerini geliştirmek için ek teknik eğitim alabilirler (Helsper ve Eynon, 2013). Politika yapıcılar, kırsal kesimler, ekonomik olarak dezavantajlı topluluklar ve sınırlı internet erişimi olan bireyler de dahil olmak üzere yeterince temsil edilmeyen gruplar için dijital okuryazarlık kaynaklarına erişimi önceliklendirmelidir.

Dijital ortamlar sürekli olarak gelişmektedir ve ilgili dijital yeterliliği sürdürmek için yaşam boyu öğrenmeyi gerekli kılmaktadır. Hükümetler ve özel kuruluşlar erişilebilir ve uygun fiyatlı dijital beceri geliştirme fırsatları sağlamak için iş birliği yapmalıdır. Bu programlar, dijital okuryazarlığı geliştirmeyi ve tüm yaş gruplarında aktif dijital vatandaşlığı teşvik etmeyi amaçlayan atölyeler, sertifikalar ve topluluk girişimlerini içerebilir (Livingstone vd., 2017).

Politika yapıcılar, sorumlu dijital vatandaşlığı teşvik etmede dijital yeterliliğin kritik rolünü kabul etmeli ve destekleyici politikalar yürürlüğe koymalıdır. Bu politikalar, okulları ve işyerlerini dijital eğitimi entegre etmeye teşvik etmeli ve teknolojiye ve eğitime erişimi genişletmek için kamu-özel sektör ortaklıklarını teşvik etmelidir. Eşitliğe odaklanmak, marjinalleşmiş nüfusların bu becerileri geliştirmek için gerekli kaynaklara sahip olmasını sağlamak için özellikle önemlidir (Martin vd., 2020).

Bu çalışmanın bulgularına dayanarak, gelecekteki araştırmalar dijital yeterlilik ve dijital vatandaşlık arasındaki dinamik etkileşimleri zaman içinde keşfetmek için uzunlamasına tasarımlar benimsemelidir. Ek olarak, gözlemsel yöntemler ve deneysel çalışmalar nedensel ilişkiler hakkında daha sağlam kanıtlar sağlayabilir. Araştırmacılar ayrıca kültürel, ekonomik ve teknolojik bağlamların dijital yeterlilik ve vatandaşlığın gelişimini nasıl etkilediğini incelemeli ve daha bağlam-öзgü müdahaleler için içgörüler sunmalıdır.

Kamu kampanyaları dijital vatandaşlığın önemi ve dijital yeterliliğin bunu başarmadaki rolü hakkında farkındalığı artırabilir. Bu tür girişimler okul çocuklarından yaşlı yetişkinlere kadar çeşitli kitleleri hedefleyebilir ve çevrimiçi yanlış bilgilendirme, siber zorbalık ve veri gizliliği endişeleri gibi çağdaş zorlukları ele alabilir (Jones ve Mitchell, 2016).

Bu önerileri benimseyerek, eğitimciler, politika yapıcılar ve araştırmacılar bu çalışmada belirlenen zorlukları ele alabilir ve dijital yeterlilik ve vatandaşlığın evrensel olarak erişilebilir ve etkili bir şekilde beslediği bir geleceğe doğru

alışabilirler. Bu çabalar, bireylerin dijital toplumda başarılı olmaları, daha güvenli, daha kapsayıcı ve daha eşitlikçi çevrim içi topluluklara katkıda bulunmaları için gereklidir.



KAYNAKLAR

- Ali, I., Butt, K. ve Warraich, N. F. (2023). Factors effecting digital citizenship in education sector: A systematic review and future direction. *Education and Information Technologies*, 28(12). <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11811-8>
- Allagui, I. ve Breslow, H. (2016). Social media for public relations: Lessons from four effective cases. *Public relations review*, 42(1), 20-30. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.12.001>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: a social-cognitive view. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), 2. <https://doi.org/10.5465/amr.1987.4306538>
- Bellamy, R. (2014). Citizenship: Historical development of. *Citizenship: Historical Development of*, in James Wright (ed), International Encyclopaedia of Social and Behavioural Sciences, 2nd ed., Elsevier.
- Bennett, S. ve Matteson, J. (2008). Digital citizenship in a networked society. *Journal of Technology and Teacher Education*, 16(1), 3-29.
- Bjork, R. A. ve Bjork, E. L. (2011). *Making things stick: The science of successful retention*. John Wiley and Sons.
- Bowen, S. A. (2013). Using classic social media cases to distill ethical guidelines for digital engagement. *Journal of Mass Media Ethics*, 28(2), 119-133. <https://doi.org/10.1080/08900523.2013.793523>
- Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Liman Kaban, A., Taşçı, G. ve Aykul, M. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 35-63. <https://doi.org/10.51948/auad.911584>
- Canpolat, N. (2012). Halkla ilişkiler ve reklam ajanslarının hizmet alanları: Web sitelerine yönelik bir inceleme. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 95-106.
- Carretero-Paulet, L., Vuorikari, R. ve Punie, F. (2017). DigComp: The Digital Competence Framework for Educators. Publications Office of the European Union. https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en
- Catts, R. ve Lau, J. (2008). Towards Information Literacy Indicators. Paris: UNESCO.
- Chen, Y. ve Guo, L. (2018). The impact of digital public relations on corporate image: A stakeholder perspective. *Public Relations Review*, 44(2), 222-232.
- Choi, H., Park, J. ve Jung, Y. (2018). The role of privacy fatigue in online privacy behavior. *Computers In Human Behavior*, 81, 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.001>
- Choi, M. (2016). A concept analysis of digital citizenship for democratic citizenship education in the internet age. *Theory and Research in Social Education*, 44(4), 565-607. <https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549>
- Choi, M., Cristol, D. ve Gimbert, B. (2018). Teachers as digital citizens: The influence of individual backgrounds, internet use and psychological characteristics on teachers' levels of digital citizenship. *Computers and Education*, 121, 143-161. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.03.005>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Routledge.
- Coombs, W. T. ve Holladay, S. J. (2012). *Managing corporate social responsibility: A communication approach*. John Wiley and Sons.

- Coombs, W. T. ve Holladay, S. J. (2014). *It's not just PR: Public relations in society*. John Wiley and Sons.
- Creswell, J. W. ve Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Çatlı, M. ve Keskin, S. (2021). İnsan haklarının değişime açık konusu: Dijital vatandaşlık kavramı üzerine bir inceleme. *Ombudsman Akademik*, 7(14), 199-229.
- Çelebi, E. (2019). *Halkla ilişkiler uygulamaları nasıl olmalı?*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Demirdağ, M. (2021). *Öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeyleri ile araştırma okuryazarlık becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Demirkaya, Ö. (2018) *Digital citizenship and redefining political participation in Turkey: the case of change.org*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dias Trindade, S., Moreira, J. A. ve Ferreira, A.G. (2021). Evaluation of the teachers' digital competences in primary and secondary education in Portugal with digcompedu checkin in pandemic times. *Acta Scientiarum-Technology*, 43(1). <https://doi.org/10.4025/actascitechnol.v43i1.56383>
- Dictionary (2024) Digital citizenship. <https://www.dictionary.com/browse/digital-citizenship> adresinden 18 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Dictionary (2024). Competence. <https://www.dictionary.com/browse/competence> adresinden 15 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Du, S., Bhattacharya, C. B. ve Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8-19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>
- Duhé, S. C. (2015). An overview of new media research in public relations journals from 1981 to 2014. *Public Relations Review*, 41(2), 153-169. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.002>
- Dyer, G. (2016). The influence of digital communication on public relations. *Public Relations Review*, 42(2), 382-384.
- Einwiller, S. A. ve Steilen, S. (2015). Handling complaints on social media sites: An analysis of complaints and complaint responses on Facebook and Twitter pages of large US companies. *Public Relations Review*, 41(4), 636-646. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.012>
- Ericsson, K. A. (2007). Expert performance and deliberate practice. *Behavioral and Brain Sciences*, 30(4), 381-401. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-374714-3.00007-0>
- Ericsson, K. A. & Lehmann, A. C. (1996). Expert and exceptional performance: evidence of maximal adaptation to task constraints. *Annual review of psychology*, 47(1), 273-305. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.47.1.273>
- Ertürk, K. Ö. (2016). Dönüşen iletişim paradigmasının halkla ilişkilerdeki iletişim politikasına etkileri (tarihsel bir analiz). *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 8(1), 205-220.
- Er Türküresin, H. (2022). Cinsiyetin dijital vatandaşlık davranış düzeyi üzerindeki etkisinin meta analiz yöntemiyle araştırılması. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(35), 898- 916. <https://doi.org/10.35675/befdergi.799791>

- Eshet, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93-106. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-555-9.ch279>
- Eshet-Alkalai, Y. (2020). Digital competence in the 21st century: A conceptual model for integrating digital literacy, problem-solving and self-directed learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1-17.
- European Commision. (2019). Key competences for lifelong learning, 20. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/297a33c8-a1f3-11e9-9d01-01aa75ed71a1/language-en>
- Ferrari, A. (2012). *Digital competence in practice: An analysis of frameworks* (Vol. 10, p. 82116). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Ferrari, A. (2013). *Digital literacy in education and society*. Springer Science and Business Media.
- Fidan, M. ve Cura Yeleğen, H. (2022). Öğretmenlerin dijital yeterliklerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi ve dijital yeterlik gereksinimleri. *Ege Eğitim Dergisi*, 23(2), 150-170. <https://doi.org/10.12984/eggefd.1075367>
- Filippin, L., Jarratt, D. ve Wright, D. (2019). Measuring the impact of digital public relations: A stakeholder perspective. *Public Relations Review*, 45(3), 398-410.
- Fitts, P. M. ve Posner, M. I. (1967). *Human performance*. Brooks/Cole Publishing Company.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Gallardo-Echenique, E. E., de Oliveira, J. M., Marqués-Molias, L., Esteve-Mon, F., Wang, Y. ve Baker, R. (2015). Digital competence in the knowledge society. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 11(1). <https://doi.org/10.7238/rusc.v12i1.2078>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Publishing.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Routledge.
- Grunig, J. E. (1997). A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges and new research. In D. Moss, T. MacManus, ve D. Vercic (Ed.), *Public relations research: An international perspective* (pp. 3-48). International Thomson Business Press.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1-19. <https://doi.org/10.4324/9780203889374.ch30>
- Grunig, J. E. ve Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communication. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 285-326). Routledge.
- Grunig, J. E. ve Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Harlow, R. F. (1976). Building a public relations definition. *Public relations review*, 2(4), 34-42. [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(76\)80022-7](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(76)80022-7)
- Helsper, E. J. ve Eynon, R. (2013). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503-520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- IFLA (2005). Beacons of the Information Society: The Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning. <https://repository.ifla.org/handle/123456789/3147> adresinden 11 Mart 2024 tarihinde alınmıştır.
- IPR (2023). Public Relations (PR) Disciplines <https://www.ipr.org.uk/public-relations-pr-disciplines.html> adresinden 1 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.

- Isin, E. ve Ruppert, E. (2015). *Being digital citizens*. Rowman andgun Holtzhausen Littlefield International.
- Isman, A. ve Gungoren, O. C. (2014). Digital citizenship. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 13(1), 73-77.
- ISTE. (2016). *ISTE standards for students*. International Society for Technology in Education.
- Jones, L. M. ve Mitchell, K. J. (2016). Defining and measuring youth digital citizenship. *New Media and Society*, 18(9), 2063-2079. <https://doi.org/10.1177/1461444815577797>
- Jones, L. M. ve Mitchell, K. J. (2016). Youth digital citizenship: Examining the role of technology use and school climate. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(1), 1-15.
- Karakuş, G. ve Ocak, G. (2019). Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Öz-yeterlilik Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 129-147. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.466549>
- Karakuş, S. ve Turan, S. G. (2022). Yetişkinlerin siber zorbalık davranımları ile dijital vatandaşlık becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48), 409-427. <https://doi.org/10.30794/pausbed.983075>
- Karsak, B., Altuntaş, E. Y. ve Demren, G. A. S. (2018). Stratejik iletişim yönetiminde dijital kanalların önemi: Halkla ilişkiler uygulayıcılarının dijital kanal kullanımlarına yönelik niteliksel bir araştırma. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 6-17.
- Kaya Özgül, B., Aktaş, N. ve Çetinkaya Özdemir, E. (2023). Sınıf öğretmenlerinin ve sınıf öğretmeni adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim*, 12(1), 204-221. <https://doi.org/10.30703/cije.1191366>
- Kent, M. L. ve Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public relations review*, 28(1), 21-37. [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(02\)00108-x](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(02)00108-x)
- Keskin, H. ve Küçük, G. (2021). Sınıf öğretmenlerin kendilerine yönelik dijital okuryazarlık düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Temel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 131-147. <https://doi.org/10.29228/tead.9>
- Koçyiğit, M. (2017). *Dijital halkla ilişkiler ve online kurumsal itibar yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Korkmaz, M. (2020). *Sınıf öğretmenlerinin dijital okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kurt, S. Ü. ve Kurt, M. C. (2017). Halkla ilişkilere yenilikçi bir yaklaşım: Dijital inovasyonlar. *Online Academic Journal of Information Technology*, 8, 29-76. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.4.004.x>
- Lehmann, A. C., & Ericsson, K. A. (1993). Sight-reading ability of expert pianists in the context of piano accompanying. *Psychomusicology: A Journal of Research in Music Cognition*, 12(2), 182. <https://doi.org/10.1037/h0094108>
- Linke, A. ve Zerfass, A. (2013). Social media governance: Regulatory frameworks for successful online communications. *Journal of Communication Management*, 17(3), 270-286. <https://doi.org/10.1108/jcom-09-2011-0050>
- Liu, X., Yuan, J. ve Wang, F. (2019). The effects of cognitive load on digital literacy learning: A review of the literature. *Computers and Education*, 130, 15-28.
- Livingstone, S., Haddon, L. ve Gorzig, A. (2017). Children, risk, and safety on the internet: Research and policy challenges in comparative perspective. *Policy Press*.

- Lovejoy, K. ve Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- MacMillan, K., Money, K., Downing, S. ve Hillenbrand, C. (2005). Reputation in relationships: Measuring experiences, emotions and behaviors. *Corporate Reputation Review*, 8, 214-232. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540251>
- Macnamara, J. (2014). Emerging international standards for measurement and evaluation of public relations: a critical analysis. *Public Relations Inquiry*, 3(1), 7-29. <https://doi.org/10.1177/2046147x14521199>
- Martin, F., Gezer, T. ve Wang, C. (2020). Examining the role of digital literacy in fostering digital citizenship. *Journal of Educational Computing Research*, 58(3), 615-635. <https://doi.org/10.1080/09523987.2021.1908500>
- Mert, Y. L. (2018). Dijital halkla ilişkiler araçlarının yayıncılık sektöründe kullanımına yönelik bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 11(58). <https://doi.org/10.17719/jisr.2018.2587>
- Meyers, E. M., Erickson, I. ve Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: an introduction. *Learning, media and technology*, 38(4), 355-367. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783597>
- Morris, L., O'Brien, M. ve Goodyear, V. (2018). Digital fluency: A conceptual model for digital skills development in higher education. *Journal of Interactive Learning Research*, 29(2), 147-165.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. ve McNeal, R. S. (2008). *Digital citizenship: The internet, society, and participation*. MIT Press. <https://doi.org/10.5210/fm.v13i2.2131>
- OECD. (2018). *Preparing our youth for an inclusive and sustainable world: The OECD PISA global competence framework*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Özkan, I. (2019). Yeni vatandaşlık türleri: Çağdaş bir tipoloji mi?. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2205-2251.
- Özmelek Taş, N. (2019). Sosyal medya ve çevrimiçi itibar yönetimi kavramları üzerine alanyazınsal bir değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (4), 4-22.
- P21. (2015). P21 framework definitions. Partnership for 21st Century Learning. https://www.battelleforkids.org/wp-content/uploads/2023/11/P21_Framework_Definitions_New_Logo_2015_9pgs.pdf
- Phillips, D. ve Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. London: Kogan Page Publishers. <https://doi.org/10.4000/cp.442>
- Reisoğlu, I. ve Cebi, A. (2020). How can the digital competences of pre-service teachers be developed? examining a case study through the lens of DigComp and DigCompEdu. *Computers and Education*, 156(1), 103940. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103940>
- Ribble, M. (2011). *Digital citizenship in schools*. International Society for Technology in Education.
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know*. International Society for Technology in Education.
- Ribble, M. ve Miller, T. N. (2013). Educational leadership in an online world: Connecting students to technology responsibly, safely, and ethically. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 17(1), 137-145. <https://doi.org/10.24059/olj.v17i1.310>

- Ribble, M. ve Park, M. (2022). *The digital citizenship handbook for school leaders: Fostering positive interactions online*. International Society for Technology in Education.
- Ribble, M., Bailey, G. ve Ross, W. (2009). *Digital citizenship: Advocating and teaching online responsibility*. ISTE for Educators.
- Rybalko, S. ve Seltzer, T. (2010). Dialogic communication in 140 characters or less: How Fortune 500 companies engage stakeholders using Twitter. *Public relations review*, 36(4), 336-341. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.08.004>
- Safko, L. ve Brake, D. K., (2009). *The social media bible: Tactics, tools and strategies for business success*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Sari, İ. (2019). *Sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenlere uygulanan seminer ve öğrencilere yapılan etkinliklerin katkıları bakımından dijital vatandaşlık olgusu*, Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Sari, İ., Taşer, S. (2018). Türkiye’de dijital vatandaşlıkla ilgili yapılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin incelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 1063-1069. <https://doi.org/10.18506/anemon.412740>
- Saydam, A. (2015). *İletişimin akıl ve gönül penceresi algılama yönetimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Scott, D. M. (2009). *The new rules of marketing and PR: How to use social media, blogs, news releases, online video, and viral marketing to reach buyers directly*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Seltzer, T. ve Mitrook, M. A. (2007). The dialogic potential of weblogs in relationship building. *Public Relations Review*, 33(2), 227-229. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2007.02.011>
- Shi, G., Chan, K. K. ve Lin, X. F. (2022). A systematic review of digital citizenship empirical studies for practitioners. *Education and Information Technologies*, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11383-z>
- Sobieraj, S. ve Krämer, N. C. (2020). Similarities and differences between genders in the usage of computer with different levels of technological complexity. *Computers in Human Behavior*, 104, 106145. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.021>
- Solis, B. ve Breakenridge, D. (2009). *Putting the public back in public relations: How social media is reinventing the aging business of PR*. FT Press.
- Stacks, D. W. ve Watson, M. L. (2007). Two-way communication based on quantitative research and measurement. *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation*, 67-83.
- Süzer, E. (2022). *Öğretmenlerin dijital yeterlilik seviyelerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), 257-285. https://doi.org/10.1207/s15516709cog1202_4
- Şahin, Y. ve Ulucan, P. (2023). Sınıf öğretmenlerinin çeşitli öğretim yöntem ve tekniklerini kullanma durumları. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 995-1030. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1099218>
- Temel Eğinli, A., (2014). *Halkla ilişkiler sadece iyi kişilerarası ilişkiler kurmak değildir*. İstanbul: Say Yayınları.
- The public relations society of america (2013). PR. http://www.prsa.org/intelligence/prjournal/documents/2013_wrightinson_2013.pdf adresinden 4 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.

- Theunissen, P. ve Noordin, W. N. W. (2012). Revisiting the concept "dialogue" in public relations. *Public Relations Review*, 38(1), 5-13. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.09.006>
- Tutar H., Erdem A. T. ve Şahin N. (2024). Kurumsal dijital yeterlilik ölçeği (KDYÖ): bir ölçek geliştirme çalışması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 498-516. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.1375960>
- Tutar, H., Erdem, A. T. ve Şahin, N. (2024). Dijital vatandaşlık ölçeği (DVÖ): Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Alanya Akademik Bakış*, 8(1), 310-327 <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1337114>
- Tutar, H., Eryüzlü, H., Mutlu, H.T. ve Nam, S. (2024). *Bilimsel Analiz Teknikleri (Nicel, Nitel, Karma Yöntem ve Ekonometrik Analiz Teknikleri)*. Umuttepe Yayınları. 373 s.
- TÜİK (2023). Bolu. <https://cip.tuik.gov.tr/?il=14> adresinden 18 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- TÜİK (2023). Sakarya. <https://cip.tuik.gov.tr/?il=54> adresinden 18 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- UNESCO Media and Information Literacy. (2018). Framework for Media and Information Literacy. <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>
- UNESCO. (2018). *ICT competency framework for teachers*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Utma, S. (2018). Dijital çağda medyanın psikolojik gücü: Algı yönetimi perspektifinden kuramsal bir değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 3), 2903-2913.
- Uzkurt, C. ve Özmen, M. (2006), Pazarlama yöneticileri için yeni bir fırsat: Sanal opluluklar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(1), 23-40.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A. ve De Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577-588.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A. ve De Haan, J. (2019). Determinants of 21st-century digital skills: A large-scale survey among working professionals. *Computers in Human Behavior*, 100, 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Vijeikis, J. ve Makštutis, A. (2021). Digital citizenship and digital competence as determinants of digital public relations. *Public Relations Review*, 47(4), 102063.
- Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero Gomez, S. ve Van den Brande, G. (2016). *DigComp 2.0: The digital competence framework for citizens. Update phase 1: The conceptual reference model*. Publications Office of the European Union.
- Warschauer, M. ve Reynolds, D. (2004). Digital literacy and democratic citizenship. *Journal of Educational Foundations*, 18(2), 17-30.
- Watkins, R. E. ve Candler, G. (2010). Digital citizenship: A community-based approach. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 81(6), 41-43.
- Watson, T. (2012). The evolution of public relations measurement and evaluation. *Public relations review*, 38(3), 390-398.
- Weller, M. (2012). A conceptual framework for understanding digital citizenship in education. *Journal of Educational Technology Development and Exchange (JETDE)*, 5(1), 7-20. .
- Yuen, M. ve Datu, J. A. D. (2021). Meaning in life, connectedness, academic self-efficacy, and personal self-efficacy: A winning combination. *School Psychology International*, 42(1), 79-99. <https://doi.org/10.1177/0143034320973370>

- Yüksel, D. ve Tolon, M. (2019). Dijital pazarlama stratejisi olarak arama motoru optimizasyonu (SEO). *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3(3), 236-243.
- Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H. ve Werder, K. P. (2018). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 487-505. <https://doi.org/10.1080/1553118x.2018.1493485>
- Zhao, Y. Llorente, A. M. P. ve Gómez, M. C. S. (2021). Digital competence in higher education research: A systematic literature review. *Computers and Education*, 168, 104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>
- Zhao, Y., Sánchez Gómez, M. C., Pinto Llorente, A. M. ve Zhao, L. (2021). Digital competence in higher education: Students' perception and personal factors. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132112184>



EKLER

EK 1. Dijital vatandaşlık ölçeği (Tutar vd., 2024)

Ölçek Kodu	Ölçek Maddeleri
<i>Faktör 1: Dijital Yetkinlik</i>	
1	Vatandaşlık Kurumların online hizmetlerinden yararlanırım.
2	Vatandaşlık İnternet üzerinden resmî kurumlara başvuru yaparım.
3	Vatandaşlık Kurumların online uygulamalarını kullanabilecek donanıma sahibim.
4	Vatandaşlık Kurumların web sayfalarının kullanma konusunda bilgi sahibiyim.
5	Vatandaşlık Kurumların web sayfalarını etkili biçimde kullanabilirim.
6	Vatandaşlık e-devlet sayfasını aktif olarak kullanıyorum.
7	Vatandaşlık Bilgi teknolojileri ile kurumlardan bilgi edinme hakkımı kullanıyorum.
8	Vatandaşlık Kumulların çevrimiçi randevu sistemlerini kullanıyorum.
9	Vatandaşlık İnternet güvenliği konusunda yeterince bilgi sahibiyim.
10	Vatandaşlık İnternet bankacılığı uygulamalarını (eft, havale, vb.) kullanıyorum.
11	Vatandaşlık Dijital teknolojiler bürokratik işlerimi kolaylaştırmaktadır.
12	Vatandaşlık Kurumların web sayfalarında ihtiyaç duyduğum bilgiye ulaşabiliyorum.
13	Vatandaşlık Dijital okur-yazarlığımın yüksek olduğunu düşünüyorum.

EK 1. (devam). Dijital vatandaşlık ölçeği (Tutar vd., 2024)

Ölçek Kodu	Ölçek Maddeleri
14	Vatandaşlık e-uygulamalar vatandaşlar arasında bilgi edinme eşitliği sağlıyor.
15	Vatandaşlık e-belediyecilik hizmetlerinden aktif olarak yararlanıyorum.
<i>Faktör 2: Dijital Güven</i>	
16	Vatandaşlık Sanal ortamda kişisel verilerimin güvende olmadığını düşünürüm.
17	Vatandaşlık İnternet uygulamalarında güvenliği yeterli bulmuyorum.
18	Vatandaşlık İnternet uygulamalarında kişisel verilerim yeterince güvende değildir.
19	Vatandaşlık İnternette ulaştığım bazı bilgilerin güvenilir olmadığını inanırım.
20	Vatandaşlık Kurumların web sayfaları ihtiyaç duyduğum bilgileri bulamıyorum.
<i>Faktör 3: Dijital Kaygı</i>	
21	Vatandaşlık Hata yapmaktan korktuğum için dijital teknolojiyi kullanmaktan çekiniyorum.
22	Vatandaşlık Bilgi teknolojilerini yanlış kullanırım diye güven problemi yaşıyorum.
23	Vatandaşlık Resmi işlemlerimde bilgi teknolojilerini kullanma konusunda endişelerim var.

EK 2. Dijital yetkinlik ölçeği (Tutar vd., 2024)

Ölçek Kodu	Ölçek Maddeleri
<i>Faktör 1: İşgören Dijital Yetkinlik Algısı</i>	
Yetkinlik 1	Bilgiye kolay erişim için dijital teknolojiden faydalanıyoruz.
Yetkinlik 2	İş süreçlerimizde bilgi-iletişim teknolojilerini yaygın olarak kullanırız.
Yetkinlik 3	İşlerimizi yaparken bilgi yönetim sistemlerini kullanıyoruz.
Yetkinlik 4	İşlerimizi yürütürken yeni mobil uygulamaları kullanıyoruz.
Yetkinlik 5	Etkin veri kullanımı için dijital bilgiye önem veririz.
Yetkinlik 6	Bilgi-İletişim teknolojilerini hizmet kalitesini artırmada kullanıyoruz.
Yetkinlik 7	Çalıştığım kurum dijital sistemin kullanımını desteklemektedir.
Yetkinlik 8	Dijital Teknolojileri kullanırken karşılaştığımız sorunları çözebiliyoruz.
<i>Faktör 2: İşgören Dijital Uyum Algısı</i>	
Yetkinlik 9	Bilgi sistemindeki değişikliklere kolayca adapte olabilirim.
Yetkinlik 10	İnternet siteleri üzerinden dosya ve içerik paylaşabilirim.
Yetkinlik 11	Dijital teknolojileri kullanmak için yeterli beceriye sahibim.
Yetkinlik 12	Bilmediğim dijital uygulamayı öğrenme konusunda istekliyimdir.
Yetkinlik 13	Dijital teknolojiler kişisel gelişimime katkı sağlar.
Yetkinlik 14	Hizmet sunumunda bilgi teknolojilerini kullanmak bir zorunluluktur.
Yetkinlik 15	Dijital sistemi kullanmak için gerekli bilgiye sahibim.

EK 2. (devam). Dijital yetkinlik ölçeği (Tutar vd., 2024)

Ölçek Kodu	Ölçek Maddeleri
Yetkinlik 16	Dijital sistemleri kullanmak motivasyonumu artırmaktadır.
Yetkinlik 17	e-işlemler çalışmayı daha ilginç hale getiriyor.
Yetkinlik 18	Dijital becerilerimi sürekli güncellemem gerektiğinin farkındayım.
<i>Faktör 3: İşgören Dijital Kaygı Algısı</i>	
Yetkinlik 19	Dijital teknolojilere karşı olumsuz bir önyargım var.
Yetkinlik 20	Dijital teknolojiyi işlerime bütünleştirmede zorlanıyorum.
Yetkinlik 21	İnternet siteleri üzerinden dosya ve içerik paylaşımı risklidir.